MELTEMI

NAUTILUS

Alberto Abruzzese

Lessico della comunicazione

a cura di
Valeria Giordano



Nautilus

Collana diretta
da Alberto Abruzzese

14

Prima ristampa: aprile 2004

Meltemi editore
via dell'Olmata, 30 – 00184 Roma
tel. 06 4741063 – fax 06 4741407
info@meltemieditore.it
www.meltemieditore.it

Alberto Abruzzese

Lessico della comunicazione

a cura di Valeria Giordano

MELTEMI

Indice

Premessa
Alberto Abruzzese

1. Questo libro è ancora ben lontano dal costituire un punto d'arrivo. Se, come speriamo, ha un pregio esso è quello di darsi come laboratorio sperimentale, a noi necessario per potere riuscire, un giorno, a realizzare davvero un lessico. Lo abbiamo chiamato lessico ma per il momento non ha alcuna pretesa e capacità enciclopedica. Anzi, si è cercato di perseguire uno scopo tutt'altro che enciclopedico. La sua aspirazione è infatti solo quella di funzionare come primo approccio alla comunicazione. Non tanto alle scienze della comunicazione, quanto piuttosto all'oggetto che tali scienze trattano; e non tanto ai mezzi di comunicazione, quanto piuttosto a ciò che essi comunicano. A tal fine, ci è sembrato che la lineare compattezza di un manuale sarebbe risultata troppo rigida o troppo complessa. Si è preferita una struttura aperta, ricorrendo all'elaborazione di voci chiave, ideate e selezionate in base ad alcune idee guida, relative ai contenuti da trasmettere e ai modi con cui favorirne l'apprendimento. La predisposizione in ordine alfabetico delle singole voci consente di entrare nella materia da più ingressi, conferendo al testo una maggiore gamma di prestazioni. Tuttavia abbiamo concepito il "pacchetto" di informazioni e argomentazioni da trattare adattando il criterio di accesso lessicale a una cornice teorica che è consistita nell'individuazione di due ambiti principali.

Nella scelta di questi ambiti ci ha guidato McLuhan con il suo celebre slogan "il medium è il messaggio". Da

un lato, infatti, abbiamo approntato le voci che hanno a che vedere con il medium e dall'altro quelle che hanno a che vedere con il messaggio. Vale a dire che i media possono provare il loro senso solo incarnando un messaggio, rivelando (il messaggero è appunto colui che, annunciando, rivela) un determinato contenuto, dunque una soggettività. Il primo ambito – quello più strettamente mediologico – riguarda prevalentemente la natura degli apparati di produzione e consumo dei media e dell'industria culturale. Qui si fa ricorso quasi sempre a una lettura storica, convinti come siamo che essa fornisca sempre un ottimo punto di partenza all'elaborazione teorica e critica, anche d'impostazione sociologica o semiotica. Il secondo ambito riguarda invece la dimensione antropologica dei contenuti che nei media si esprimono (e qui anche un certo tipo di sociologia può dare ottimi risultati). Naturalmente i confini tra questi due ambiti spesso si confondono tra loro: l'uno sfocia nell'altro, lo evoca implicitamente o esplicitamente. Nel gioco tra questi due ambiti si inseriscono alcune voci che hanno lo scopo di affrontare questioni più nettamente teoriche.

Con un lessico così programmato speriamo di arrivare a fornire uno strumento utile anche per chi intenda ragionare sui media non in quanto oggetto della ricerca scientifica, ma in quanto viva parte del proprio ambiente di vita (famiglia, formazione, lavoro, tempo libero, condotta sociale, politica, credenze, divertimento). Uno dei criteri di fondo a cui ci siamo affidati nel compiere la scelta dei temi da affrontare è stato proprio quello di partire da come noi stessi viviamo la comunicazione in quanto consumatori. Dunque da una competenza di tipo esperienziale (basata sull'esperienza) piuttosto che sapienziale (basa sul sapere).

Le scienze della comunicazione ci sono servite per trovare i lemmi più adatti in cui ciascuno dei temi prescelti potesse trovare il proprio luogo e le sue più logiche concatenazioni. Ad esempio: la voce *Esposizioni Universali* ri-

sponde a molte delle domande che, orientandoci al consumo, quotidianamente ci poniamo intorno alle forme della metropoli, dello spettacolo, delle merci, della pubblicità, del consumo di massa; la voce *Cinema* indica quali sono i molteplici fattori genetici che costituiscono la base psicofisica, socio-antropologica e intellettuale del piacere che proviamo di fronte al grande schermo; la voce *Critica* risponde a molti degli atteggiamenti con cui valutiamo forme ed effetti dei media, entriamo in conflitto con le rappresentazioni della nostra e altrui identità, ci collochiamo nei processi di socializzazione, viviamo le dinamiche centrifughe della società post-industriale e la qualità dei new media. E infine la voce *Pianto* è in grado di illustrare i modi in cui l'emotività della persona ha funzionato nelle diverse congiunzioni tra corpo e media, rimandando quindi alla natura della fiction televisiva così come al *Cyborg* o alla voce *Riso* e questa a sua volta al cinema muto o alla voce *Attore*, lemma chiave per tutte le forme di messa in scena, luogo dei rapporti antichi e moderni tra media e *Politica*. E così via. Dovendo di volta in volta scegliere quali fossero i contenuti da privilegiare per ciascun tema, abbiamo preferito non tanto pretendere di essere esaustivi quanto piuttosto essere coerenti con il nostro quadro di insieme, cioè con le tesi di fondo su cui abbiamo ritenuto opportuno fare forza. Con lo stesso intento ci siamo spinti a stendere voci assai più brevi, quasi dei flash, che, pur affrontando lemmi di notevole rilievo tanto in campo ordinario quanto in campo scientifico sono state "ridotte" e qualche volta "esaltate" sugli aspetti che più interessano la comunicazione, funzionando così, rispetto ai lemmi principali, da rimando, connessione, stimolo o ampliamento di orizzonti. Nel complesso, abbiamo ottenuto l'indice di una rete di parole chiave abbastanza estesa, in cui alcune informazioni e alcuni concetti ricorrono assai frequentemente, sviluppando nei limiti del possibile la trama teorica e le linee tematiche che ci hanno guidato. E su cui abbiamo voluto insistere voce per voce con il deliberato

obiettivo di aiutare la loro memorizzazione, comprensione e apprendimento.

2. Il numero delle voci che costituiscono un lessico è sempre lacunoso ma, per le ragioni appena dette, in questo caso è volutamente parziale e provvisorio. Sono molti i lemmi imprevisti, apparentemente eccentrici. Ma sono molti anche i lemmi che non troverete. In alcuni casi si è trattato anche di una scelta. Non arbitraria, ma tesa a organizzare secondo indici alfabetici un discorso tutt'altro che onnicomprensivo. Tesa a garantire un insieme di contenuti tra loro interdipendenti ma anche mirati. Dunque una mappa, senza la quale a noi sembra ben difficile capire il ruolo sociale dei mezzi di comunicazione. Il ruolo che essi hanno nei confronti nostri e degli altri.

Tuttavia, pur avendo scelto di semplificare al massimo gli argomenti da affrontare, si è cercato di evitare le modalità della divulgazione, o almeno quella – e sono i casi più ricorrenti – che, per eccesso di semplificazione, impoverisce lo spessore teorico del discorso, riducendosi alla schematica imposizione di un sapere che è radicato in contesti storicamente distinti dalle forme di conoscenza della vita ordinaria della gente. Crediamo, invece, che l'intento più stimolante della divulgazione dovrebbe essere quello di formulare concetti più adeguati alla nuova soggettività del consumo di massa (e ora delle sue forme di segmentazione e dissipazione), sensibilità assai diversa da quella dei soggetti più intimamente legati alle tradizioni e agli interessi del pensiero scientifico. In ogni caso, riferendoci a uno dei possibili usi di questo lessico, anzi il più probabile, quello didattico, ci pare che il suo impianto possa corrispondere alla profonda trasformazione degli attuali corsi universitari di base (anche indipendentemente dalle riforme in atto, che ne vorrebbero essere la risposta).

Abbiamo dunque lavorato facendo tesoro della nostra esperienza di docenti e ricercatori nei Corsi di laurea in Scienze della comunicazione e in particolare in una fa-

coltà interamente dedicata a questi corsi, come quella dell'Università "La Sapienza" di Roma, facoltà in cui le eccezionali dimensioni dei flussi di studenti che la frequentano ci hanno imposto una profonda riflessione sull'alto livello delle sperimentazioni didattiche di cui bisognerebbe dotarsi per soddisfare una così estesa domanda giovanile: sperimentazione di contenuti che, se non verranno radicalmente rinnovati, renderanno inutile qualsiasi ricorso alla didattica a distanza o a quant'altro pretenda di modificare la tradizione dell'insegnamento solo sulla base dell'innovazione tecnologica. In questi anni, il dato essenziale e più problematico secondo noi è costituito dalle giovani matricole che entrano all'università con appartenenze culturali, attitudini intellettuali e attese tra loro diversissime, disomogenee, in ogni caso molto, troppo distanti dai valori e dagli strumenti di cui dispone oggi il corpo docente. Si tratta di situazioni estreme di incomunicabilità reciproca tra discenti e formatori: una criticità della didattica che permane lungo tutto il percorso di studi. E dopo. Ecco allora la necessità di un ripensamento delle materie di studio, prima di tutto dei contenuti dei manuali di base, che, in un'università di massa ancora così tradizionalista e priva di esperienze di laboratorio, restano uno strumento essenziale.

Nutriamo la speranza di avere almeno provato a raggiungere il primo obiettivo del nostro "lessico della comunicazione": riuscire a fissare nella memoria dello studente – durante la frequenza dei corsi e quando, laureato, dovrà affrontare il mondo delle professioni – alcune delle cose che non può non sapere a proposito dell'origine, natura e sviluppo dei media. Qui il lavoro da noi compiuto ha cercato di elaborare contenuti innovativi e forme espressive adeguate. Il secondo obiettivo è stato quello di far funzionare la lettura delle voci tanto come stimolo a letture di approfondimento, che esse direttamente o indirettamente suggeriscono, quanto come un dizionario cui di volta in volta ricorrere per comprendere quelle stesse letture o al-

tre, persino relative a discipline diverse da quelle che si occupano strettamente di comunicazione. Ecco perché ci sembra che l'uso di questo lessico possa estendersi oltre le strette necessità di un insegnamento di comunicazione.

Per quanto riguarda la frequenza con cui nel testo delle voci sono presenti riferimenti, parole e nomi che non trovano spiegazione in questo volume e per quanto riguarda i nomi di autori (scrittori, artisti, filosofi o altro, compresi quelli indicati anche in bibliografia) che risultino sconosciuti al lettore, consigliamo di fare ricorso ai tanti piccoli dizionari del sapere oggi disponibili, per avere qualche delucidazione e dunque capire meglio. Anche se, per non mortificare le potenzialità del nostro lessico, qualche volta abbiamo abbondato in riferimenti che potrebbero impegnare il lettore in una costante consultazione di altri repertori, il nostro sostanziale scopo è quello di fornire e chiarire temi, problemi, sensibilità (con le inevitabili approssimazioni della sintesi e per di più di una sintesi culturalmente mirata a privilegiare alcune tesi rispetto ad altre).

Parte integrante del volume va considerata la *Cronologia* che, almeno nelle sue sezioni introduttive e nel suo epilogo, potrebbe rappresentare una prima utile lettura d'orientamento alla visione delle voci o un prodotto di sintesi dei temi principali. La bibliografia è in appendice al volume, raccoglie gli autori e i testi a cui le singole voci hanno fatto riferimento e può servire come stimolo per uno studio più approfondito.

Infine, a noi sembra che comprensione e apprendimento dei temi qui affrontati possano trarre vantaggio da tre distinte fasi di studio: una prima consultazione casuale, impulsiva, curiosa, volta a soddisfare le proprie domande e intuire il funzionamento dei rimandi tra una voce e l'altra; poi, la lettura di tutte le voci del lessico, una a una, seguendo l'ordine alfabetico, ma stando attenti a registrare a margine dei lemmi i temi che mano a mano si ritengono essere stati allusi o toccati o trattati nei lemmi

precedenti; giunti a questo punto, un "ripasso" di tutto il volume, ritornando a sfruttare in modo più consapevole, attrezzato e sistematico le connessioni tra le voci, cioè la mappa mentale che esse predispongono. E in particolare l'*Epilogo*. Per gli studenti che vogliano spingersi oltre, si apre la possibilità di scegliere un lemma o una rosa di lemmi e andare in profondità, ricorrendo alla bibliografia e alla cronologia, ampliando le loro letture, trovando pertinenti settori di indagine direttamente "sul campo", elaborando nuove voci e nuovi percorsi.

Seppure con minore grinta didattica e disciplinare, crediamo che uno stesso uso di questo lessico possa essere fatto dal lettore non universitario (che è del resto non solo il "futuro" del giovane studente, ma anche la sua identità personale). Ormai quasi ogni settore di ricerca e professionale si incrocia con il senso, la funzione e gli effetti che i media hanno sulle cose, sulle persone, su ogni relazione umana e sociale. E dunque le esperienze e i concetti che abbiamo "ritagliato" in forma di lessico possono servire a sottrarre i saperi di settore – che sono quelli di un medico, di un politico, di un amministratore, di un architetto o di un giudice, ma sono anche quelli di uno scrittore, di un giornalista e persino di uno spettatore e di un "cittadino" – da quella sorta di opacità con cui tendono a percepire i media accettando su di essi luoghi comuni, interpretazioni obsolete, ideologie. Quest'atteggiamento spesso è funzionale al ruolo che ciascuno di noi svolge nella società, talvolta corrisponde a interessi personali e corporativi. Ma a volte è invece di ostacolo per la qualità del nostro stesso lavoro, per il miglioramento delle nostre prestazioni e della società in cui viviamo. Sicuramente è uno dei più allarmanti motivi della scarsa qualità di vita della nostra civiltà, tanto più ora che le risorse immateriali della comunicazione ne dovrebbero costituire il maggiore punto di forza. Ora che la traduzione digitale del mondo, la torsione dell'immagine direttamente in azione, rende assai meno perpetuabile la strategia "illuso-

ria” con cui le opere dell’immaginario hanno saputo compensare le opere della realtà.

3. Quanto all’ideazione e alla stesura del testo, esso è il risultato di un lavoro d’équipe tra docenti e giovani ricercatori. Questo clima collaborativo in qualche caso non ha potuto interamente evitare alcune differenze di stile o di concezione tra una voce e l’altra. Se il nostro esperimento avrà successo bisognerà sicuramente procedere a un arricchimento dell’indice e a una maggiore omogeneizzazione delle voci.

Le voci da me firmate sono state scritte integralmente per questo lessico o frutto di una rielaborazione di temi affrontati in altra sede e ad altro fine (in particolare mi sono stati utili il lavoro di tematizzazione compiuto nella stesura di alcuni lemmi redatti per il *Dizionario della pubblicità*, da me curato insieme a Fausto Colombo e pubblicato presso l’editore Zanichelli, il lavoro di impianto storico-teorico compiuto con *L’industria culturale*, scritto insieme a Davide Borrelli e pubblicato da Carocci, il *Dizionario della comunicazione*, a cura di Mario Morcellini e Michele Sorice, pubblicato dagli Editori Riuniti, *Il Media-evo*, curato da Mario Morcellini, edito da Carocci).

Le altre voci sono firmate dai loro autori. Li ringrazio tutti per l’impegno e la generosità con cui hanno partecipato all’impresa. Il loro lavoro ha subito solo in qualche raro caso un leggero intervento di raccordo con l’impostazione prevalente nel volume. Un sentito grazie a quanti, come Davide Borrelli, Luigi Caramiello, Antonio Caronia, Fausto Colombo, Maurizio Gargano, Carlo Grassi, Andrea Pollarini e Lucio Saviani, hanno acconsentito a partecipare all’opera dall’esterno della Facoltà di Scienze della Comunicazione della “Sapienza”, e quanti, come Isabella Pezzini e Franciscu Sedda, pur appartenendo alla stessa facoltà, hanno accettato di forzare la loro competenza disciplinare in una direzione mediologica.

Le brevi introduzioni alla *Cronologia* sono state scritte da me e da Andrea Miconi, che ringrazio anche per avere compiuto il primo lavoro di ricerca e selezione dei materiali necessari a elaborare l'indice lessicale originario che si è poi sviluppato in corso d'opera. Così come sono grato a Stefania Parisi per la redazione di molte voci e i Riferimenti bibliografici. Infine, un ringraziamento particolare a Valeria Giordano per avere arricchito l'indice e avere garantito il sapiente e faticoso lavoro dell'editing definitivo, correggendo e intervenendo su ogni punto, dando così a tutti noi la speranza di non deludere i lettori. Senza di lei, questo nostro lavoro non sarebbe giunto alla fine.

Agire comunicativo

Isabella Pezzini

Rispetto alla prime modellizzazioni formali della comunicazione, ispirate negli anni Cinquanta ai modelli cibernetici e informazionali e dunque concentrate sulle possibilità di quantificare e controllare tecnicamente la trasmissione e il passaggio dell'informazione, nel corso del Novecento si è andata viceversa affermando, trasversalmente a discipline come l'antropologia, la sociologia, la linguistica e la semiotica, una concezione "agentiva" della comunicazione, secondo la quale essa non è tanto strumento quanto sostanza dell'azione e della trasformazione intersoggettiva.

In ambito filosofico, un riferimento d'obbligo è a John Austin (1911-1960), come attesta lo sviluppo della teoria degli atti linguistici e più in generale della pragmatica contemporanea. Austin, in particolare nella sua opera postuma *Come fare cose con le parole* (1962), sottolinea in modo sistematico una serie di fenomeni linguistici in cui, differentemente dalla vulgata per cui ogni atto di linguaggio non è che la manifestazione di un codice preesistente, i soggetti implicati nella comunicazione linguistica hanno un ruolo di primo piano. La lingua è infatti attraversata da tutta una rete di enunciati che sono altrettante forme d'azione, che si inseriscono nel reale e lo trasformano (Hall 2001). Sono enunciati cioè che non si limitano a "predicare" qualcosa sul mondo ("la strada è affollata"), e non sono tanto portatori di un "valore di verità" che commisuri quanto affermano con uno stato di fatto, come nella prospettiva del positivismo logico, ma vanno giudicati piuttosto in base all'appropriatezza delle circostanze in cui vengono pronunciati. Rispondono dunque a peculiari *condizioni di felicità*: pronunciati cioè nel momento giusto e dalle persone abilitate a farlo, trasformano lo stato dei

fatti. Sono casi esemplari gli atti linguistici cosiddetti *performativi*, evidenti in formule del tipo "io ti battezzo", o "…la dichiaro dottore in legge", e così via: ma aspetti performativi sono riconoscibili in tutti gli atti linguistici, sostiene Austin, ad esempio per il fatto stesso che hanno l'effetto di *informare* di qualcosa i propri riceventi, e dunque modificare in qualche misura la loro situazione. Come si vede la visione "ferroviaria" della comunicazione linguistica viene radicalmente rovesciata.

Anche la linguistica si è progressivamente interessata ai meccanismi per cui sia il parlante sia l'enunciatore sono iscritti nella lingua che usano: le sei grandi funzioni comunicative proposte da Roman Jakobson (1963) (fatica, referenziale, conativa, emotiva, autoriflessiva, metalinguistica), di fatto, si possono rilevare nei modi dei verbi, sottolineano come gli usi concreti del linguaggio siano "inseriti" nella morfologia stessa delle lingue. Soprattutto Émile Benveniste (1966 e 1974) ha lavorato alla messa a punto di una teoria dell'enunciazione, del dispositivo formale attraverso il quale nel concreto atto comunicativo si manifesta la soggettività che si fa carico della *langue* (il codice) per trasformarla in *parole* (il messaggio).

In semiotica Algirdas J. Greimas (Greimas, Courtés 1979) estende e generalizza la problematica dell'enunciazione: ogni enunciato prodotto, presupponendo un gesto produtture, è interpretabile come un *atto* semiotico, una forma di azione che ha precisi effetti sul suo destinatario e che nasce da determinate intenzioni da parte del suo enunciatore. Di qui la possibilità di interpretare i processi comunicativi nel loro insieme secondo i modelli semiotici della narratività, elaborati appunto nei termini di una *logica dell'azione e della passione*: ecco quindi che i soggetti della comunicazione sono "attanti" competenti e motivati e non solo "poli" astratti, come secondo il vecchio modello ingegneristico per cui comunicazione è "il passaggio di informazioni fra due cabine telefoniche vuote". Qui il contenuto del messaggio è un vero oggetto dotato di valo-

re, che mette in moto manipolazioni, interpretazioni, sanzioni, coinvolgimenti a vario livello di soggetti i cui ruoli e posti assegnati sono destinati fra l'altro a scambiarsi continuamente nel processo attivato, e che ne risultano inevitabilmente *trasformati*.

Dalla fine degli anni Settanta sono molti i campi disciplinari in cui vengono elaborate teorie in grado di attribuire un ruolo adeguato agli effetti potenziali dell'azione umana: così la critica femminista mette in luce il rapporto tra sfera personale e sfera pubblica; in ambito sociologico Anthony Giddens diffonde il termine di *agency* e concentra le sue ricerche, in sintonia con altri studiosi come Pierre Bourdieu e Marshall Sahlins, sui modi in cui "le azioni umane sono dialetticamente connesse alla struttura sociale" per cui ognuna delle due risulti costitutiva rispetto all'altra (Ahearn 2001). Per le scienze umane si diffonde come slogan il programma di porsi come "teoria delle pratiche", di saper rispondere alla tensione tra riproduzione e trasformazione sociale, in cui per l'appunto il concetto di agentività assume un ruolo cruciale, con tutte le problematiche che porta con sé, a partire dall'antica questione dell'intenzionalità. Gli antropologi del linguaggio concentrano la loro attenzione su particolari eventi linguistici per riuscire a isolare il modo in cui le persone riflettono sulle azioni proprie e altrui, nella convinzione più generale che il linguaggio abbia un ruolo forte nel modellare le categorie del pensiero. Gli studi sul genere a loro volta hanno messo in evidenza come l'uso di diversi tratti linguistici, dai pronomi, ai turni di parole, alle strutture narrative, possano contribuire a configurare azioni che si collocano in precise strutture sociali e a esse reagiscono modificandole.

Nell'ambito dei *cultural studies* viene enfatizzata l'idea che

> ciascun significato è sempre accolto in un processo, in un contesto d'uso (...), in una pratica, a sua volta il luogo in cui

> si articolano e emergono le rappresentazioni degli oggetti e dei soggetti, il modo in cui ne parliamo, le passioni che ci fanno sorgere, le storie che raccontiamo (Volli 2000).

Ogni sistema di rappresentazioni produce in tal modo effetti materiali e politici propri, la conoscenza prodotta da un discorso non si limita a stabilire forme del contenuto e dell'espressione, ma si fa regola di comportamenti, è connessa a forme di potere, definisce identità, soggettività e statuti della corporeità. Ciascun discorso e ciascuna pratica va perciò collocato sia nel proprio contesto di produzione, sia nei propri e diversi possibili contesti di interpretazione, dove il soggetto, per quanto "assoggettato dal discorso", può sempre riscrivere e reinterpretare i modelli di soggettività e di identità che gli vengono proposti.

Teoria dell'agire comunicativo (1981) è anche il titolo di un'opera chiave del filosofo e sociologo Jürgen Habermas, prosecutore illustre della cosiddetta Scuola critica di Francoforte fondata da Adorno e Horkheimer. In seguito ai suoi studi sull'*opinione pubblica*, Habermas matura la convinzione che la partecipazione concessa ai cittadini nell'età della democrazia matura sia in larga misura fittizia. Si trova perciò a perseguire un concetto di *razionalità discorsiva* o comunicativa, orientato all'emancipazione dell'uomo dalle procedure di manipolazione e di potere cui è sottoposto nella società di massa tardo capitalista, funzionali viceversa alla *razionalità tecnologica* che porta con sé falsi bisogni e consumismo. Il linguaggio assume un rilievo fondamentale nel campo dell'agire sociale, dato che è l'ambito in cui gli atti interagiscono con le norme e i valori, e al tempo stesso in cui le strutture della riflessione permettono l'interpretazione, coniugando approccio critico e ricerca di criteri di orientamento. La competenza comunicativa o identità dell'io viene così a coincidere con la capacità di "autorischiaramento della coscienza" capace di tematizzare pubblicamente ciò che il pregiudizio tende a mantenere nell'ombra.

Anomia
Alberto Abruzzese, *Luigi Caramiello*

I padri fondatori della sociologia erano letteralmente ossessionati da una domanda: quale è il collante di una società e quali sono le dinamiche dell'*integrazione*? Anche i maestri contemporanei non hanno potuto fare a meno di chiedersi come sia possibile l'ordine sociale (Luhmann 1981). Noi non siamo come gli animali, che nei confini prestabiliti della propria specie sono geneticamente portati a istituire costanti forme di associazione, pena la loro estinzione. Certo, anche per noi lo stare insieme è un essenziale vincolo *funzionale*, eppure è contraddetto dall'indipendenza dell'intelletto cosciente, dalla sovranità dell'*io*, che tenta sempre di sfuggire alle regole, rifiuta gli imperativi della *comunità* e si sottrae alle gerarchie date, scatenando così il *conflitto* nella comunità di appartenenza. Si tratta di forme di competizione che possono giungere fino all'eliminazione fisica dell'avversario. Cosa assai rara negli animali: in loro l'antagonismo agisce unicamente nel senso della determinazione delle gerarchie, dopo di che si blocca. In altre parole gli uomini, avendo acquisito con l'intelligenza il "libero arbitrio", devono "reinventare" la socialità se vogliono arginare il loro contesto reale e generalizzato, fatto di competizioni, differenze, antagonismi tendenzialmente incontrollati. Dunque la *cooperazione* deve convivere e coesistere con il *conflitto*, pena la decomposizione del sistema sociale umano. Perché questo accada è essenziale che vi siano delle regole, principi generali di organizzazione, sistemi di valori condivisi (Parsons 1971). Ed è necessario che questi modelli siano interiorizzati dalla collettività, anche perché è questa la condizione indispensabile all'esperienza e al riconoscimento della trasgressione (cosa, in una certa misura, anch'essa necessaria e inevitabile).

Noi umani abbiamo quindi bisogno dell'*ordine* sociale, non diversamente da tanti altri animali. Il problema è che per noi quest'ordine non è dato: dobbiamo costruirlo ogni volta. Possiamo darci (entro un certo campo di variabilità) una regola piuttosto che un'altra, ma non possiamo fare a meno di doverla produrre socialmente. Certo vivere nel contesto di una società regolata e doverci attenere a certe prescrizioni costituisce un limite alla nostra autonomia e alla nostra libertà. È evidente che ottemperare a criteri di comportamento collettivi significa, per ognuno, pagare un prezzo più o meno alto. Se tuttavia ci collocassimo completamente fuori dall'organizzazione sociale e dalle sue leggi probabilmente non potremmo sopravvivere. Ecco il punto. E per questo – attraverso le varie tappe e contesti della socializzazione – ognuno di noi interiorizza, più o meno, la cultura, le consuetudini, i valori, della comunità di appartenenza.

Ma che cosa accade se, per una ragione o per l'altra, si sgretola l'edificio culturale, rituale, simbolico, nel quale si è prodotta e riprodotta la regolamentazione normativa di un determinato sistema sociale, di una determinata comunità, di un determinato gruppo? Per fare l'esempio più "classico", che cosa accade quando una società contadina – nella quale abitano individui che ne condividono regime occupazionale, tempi di vita, credenze, rituali, simboli, abitudini – viene scossa fin nelle fondamenta da quel moto veloce e impetuoso di trasformazione che è la modernizzazione industriale? I percorsi della storia occidentale mostrano che all'emancipazione dalla condizione di povertà rurale corrispose una prima fase di brutale sfruttamento e di crudele sofferenza delle moltitudini trasformate in masse proletarie (Engels 1845). Ma sappiamo anche che, attraverso una lunga catena di negoziazioni sociali, il disagio materiale cominciò progressivamente ad attenuarsi, le condizioni di vita presero a migliorare, le classi subalterne iniziarono ad accedere al consumo e al benessere, arrivando a fruire di una libertà soggettiva

certamente maggiore di quella di cui avevano potuto godere nel mondo feudale.

Eppure c'è dell'altro. Gli individui che vivono trapassi epocali così intensi si sentono vittime di un sentimento di *disagio* – come lo chiamò Freud (1929) – nei confronti della civiltà in cui sono entrati. Avvertono che tale disagio si accentua ulteriormente in rapporto alla velocità e intensità dei mutamenti. Una condizione di spaesamento, insoddisfazione, incertezza, disadattamento e solitudine che si rivela da un lato come nostalgia (irrazionale?) per il mondo perduto e dall'altro come incapacità di riconoscersi nel nuovo assetto. È vero, ora che essi abitano altrove dalle loro radici non vi sono più obblighi di sudditanza così rigidi, non vi è più la fissità di un sistema di relazioni arcaico; a tenerli uniti non vi è più una religione in grado di esercitare un assoluto dominio psicologico e tanto meno vi è la solidarietà antica del villaggio. La comunanza di una terra e di un mestiere si è dissolta sotto gli effetti alienanti della divisione del lavoro, liberandosi finalmente dalla magia, dalle credenze ataviche, dai vecchi miti e dalla superstizione. Questa secolarizzazione del mondo alimenta un'autonomia psicologica degli individui, che si nutre del *disincanto* (Weber 1905) e allo stesso tempo lo subisce. Sono liberi, ma anche più soli. Manca loro l'insieme di strategie di sopravvivenza con cui erano adusi muoversi nella vita quotidiana di allora. Dunque mancano loro il calore del camino, i racconti degli anziani, il pane e il formaggio consumati, insieme, nelle pause del lavoro nei campi. Ricordano come universo positivo, armonico, purificato di ogni contraddizione e conflitto, la semplicità delle feste per il raccolto e delle processioni religiose, le chiacchiere in piazza o in cortile. Ecco, all'individuo risucchiato nel gorgo del moderno manca questa quotidianità e questo immaginario, manca una simbologia arcaica, una ritualità antica, una regola comune o meglio ancora *comunitaria* (Tönnies 1887). Irrimediabilmente travolto dalla logica di una società nuova, egli non ha più strumen-

ti per riconoscersi, per vedere se stesso, per sentirsi in sé: è preda dell'*anomia*. Subisce la condizione di chi è ormai privo di una consuetudine da seguire e da condividere, è *a-nomos*, senza regola.

La crescente divisione del lavoro o la dimensione urbana avanzata non sono naturalmente soltanto fattori di spaesamento: generano anche condizioni di reciproca dipendenza destinate a comporre un nuovo scenario di integrazione sociale. Fu proprio intorno al concetto di anomia che Émile Durkheim costruì il suo poderoso edificio teorico – destinato a divenire un fondamento essenziale delle scienze sociali moderne – sin dall'analisi del suicidio (Durkheim 1897). Egli non era un avversario della modernità, ma riteneva semplicemente che si dovesse trovare il modo per temperarne gli eccessi; che si dovesse in qualche misura imbrigliare la sua "corsa senza fine". In questa ricerca di antidoti ai guasti del mutamento sociale, alle distorsioni prodotte dalla rapida e generalizzata divisione del lavoro, Durkheim sembrava per alcuni aspetti cercare il futuro volgendo lo sguardo al passato, finendo per cogliere in questa contraddizione un tipico fattore di complessità, tema in parte ripreso da Benjamin (1955) con la sua metafora dell'angelo della storia, in volo verso il futuro ma con lo sguardo rivolto alle rovine del passato. Sociologo funzionalista, ossessionato dal problema dell'ordine sociale, Durkheim, nel definire i livelli crescenti di complessità messi in atto dai processi di modernizzazione, ha toccato un problema assai vicino all'anomia, affrontando il tema della devianza, della sua ambigua funzionalità: un "fatto sociale" di grande peso nella tradizione sociologica, non a caso a fondamento delle tesi che Robert Merton svilupperà partendo proprio dalla rivisitazione del concetto di anomia durkheimiano.

Molti, e forse con qualche ragione, sostengono che se c'è un prezzo da pagare in cambio del nostro benessere occidentale, della nostra autonomia e indipendenza di individui contemporanei, questo prezzo si chiama anomia.

Ma il problema dell'anomia non si risolve stringendo il discorso sull'efficacia di norme più avanzate o sofisticate. Se il contadino ha vissuto il disagio di perdere la propria identità comunitaria conquistando lo statuto di individuo e cittadino, questo vive il proprio disagio conquistando lo statuto di identità collettiva. Durkheim sapeva bene che anche un eccesso di integrazione – un troppo sistematico disciplinamento, un insieme coeso di regole – può produrre anomia, al pari e forse più della s-regolatezza, del dis-ordine, dell'in-sicurezza. In altre parole, un modello di socializzazione imposto con la stessa determinazione di un sistema chiuso, di una cultura tradizionale, producendo anche omologazione e spersonalizzazione, può spingere l'individuo a desiderare di sfuggire alle imposizioni sociali e al processo di disintegrazione della propria personalità e a sentirsi attratto in una spirale anomica. L'anomia è dunque un male che può affliggerci sia perché siamo troppo liberi sia perché non lo siamo abbastanza. Ma dove si colloca il punto di equilibrio ottimale? Dentro l'attuale orizzonte dei valori bisogna ammettere che questo resterà non il problema da risolvere – da potere risolvere – ma da tenere costantemente presente, da non rimuovere, da preservare. Da lasciare aperto.

I media moderni – tranne che in contesti e periodi di massimo autoritarismo – hanno svolto sempre un ruolo fondamentale in questa direzione. Dalla fotografia in poi, gli audio-visivi hanno sviluppato in chiave di massa tanto la vocazione intellettuale del romanzo di formazione alto-borghese quanto la vocazione sentimentale ed educativa del romanzo popolare. Le piccole e grandi narrazioni dell'industria culturale hanno assolto l'intento normativo di compensare il disagio sociale ricorrendo alla simulazione di esperienze vissute che, da situazioni critiche di anomia e devianza, si rovesciano in situazioni finali di maggiore equilibrio e integrazione; da picchi di insicurezza e rischio per una persona, un ruolo professionale, una famiglia, un gruppo, una comunità, traggono l'energia necessaria a

tracciare un nuovo destino. Tuttavia la “solidarietà organica” della modernità difficilmente può manifestarsi nelle forme e con l’intensità emotiva della “solidarietà meccanica” dei sistemi tradizionali. Ecco perché l’intento ordinatore dell’immaginario collettivo delle società di massa – proprio per essere “persuasivo” – non solo ricorre assai di frequente alla nostalgia dei regimi comunitari precedenti ai sistemi normativi della modernizzazione, ma si spinge ad assumere il punto di vista tragico, l’angosciata accettazione di un destino irrevocabile: qui la soluzione finale della narrazione non redime la condizione anomica ma ne mostra la sua irriducibilità. L’eroe muore, la famiglia si disgrega, la comunità si divide o estingue: all’intento persuasivo si sostituisce e insinua il valore della “credibilità”. Su questa forma di drammatico disincanto convergono sia il realismo a cui perviene la denuncia politica sia il fatalismo a cui perviene il nichilismo esistenziale, con la differenza che mentre la prima punta sulla razionalità o sull’ideologia della critica sociale, il secondo punta invece sull’eccitazione immaginaria.

Per altro verso, nella dimensione innovativa dei linguaggi digitali – laddove l’elaborazione in chiave collettiva delle grandi narrazioni lascia il posto al localismo della persona e delle sue relazioni affettive – la “solidarietà meccanica” dei sistemi tradizionali sembra riproporsi non più come “immagine nostalgica” (volta ad alimentare forme espressive sostanzialmente estranee agli effettivi valori di quei passati sistemi di riferimento) ma come nuova piattaforma comunicativa dei processi postmoderni, processi in cui vanno sempre più disaggregandosi gli apparati normativi necessari alla realizzazione della “solidarietà organica”.

Architettura
Maurizio Gargano

"Stupire per comunicare" sembra essere un ulteriore corollario allo "stupire per assoggettare" che ha sensibilmente connotato la funzione assegnata all'architettura costruita. Tradizionalmente, infatti, l'architettura capace di reificare nel cantiere l'astrazione di un'idea, che sta prima del progetto, si è sempre rivelata come espressione delle classi dominanti. Di quelle classi, cioè, disposte a investire capitali nella sua edificazione per trarne, comunque, un profitto. L'architettura senza profitto economico o spirituale svilisce la sua essenza, la natura del suo essere "unica fra tutte le arti" (Simmel 1911). È dunque l'inevitabile bisogno di una committenza che ne consente l'essere e che la affranca dal limite dell'astrazione, tipico di una disciplina puramente artistico-speculativa. Già Vitruvio del resto, il teorico-architetto dell'antica Roma che cercava nell'imperatore Augusto la figura di un committente ideale quanto indispensabile, tratteggiava i connotati dell'architettura indicandone i requisiti basilari in tre categorie disciplinari ritenute ineludibili: *Firmitas*, *Utilitas*, *Venustas* (*De Architectura Libri Decem*, I sec. a.C.). Termini sostanzialmente traducibili con i criteri di "solidità o durata nel tempo", "utilità o funzionalità", "bellezza, valore o qualità estetica". E ancora nel 1567 un altro architetto – Andrea Palladio – a distanza di secoli da Vitruvio insistendo sul tema della *Venustas*, già rivisitato da Leon Battista Alberti (1406-1472) attraverso la *concinnitas* ciceroniana, scriveva che "le fabbriche si stimano più per la forma che per la materia". Ecco, allora, che la forza comunicativa di un'invenzione formale torna prepotentemente nei compiti-doveri di chi deve architettare uno spazio funzionale alla eterogeneità delle esigenze della vita. Esigenze materiali (un rifugio dalle intemperie o il focolare in cui appaesarsi, un luogo di culto, di lavoro, di commercio, una struttura milita-

re o altro) ed esigenze formali (una configurazione adeguata) con cui deve appunto misurarsi l'architetto. Un Demiurgo-professionista chiamato a servizio da una committenza, da c hi è disposto a investire denaro per autorappresentarsi, per mostrarsi al mondo, per apparire, per comunicare: senza trascurare, in ogni caso, di trarre un profitto dai cospicui investimenti che il fare architettonico comunque comporta. Forma dunque, rimanendo a Palladio, che vale più della materia che pure la sostanzia. Forma che l'architettura è chiamata a progettare, a gettar-fuori nel mondo, per concretare l'astrazione di un'idea verificandone l'efficacia. Forma, ma anche materia, subordinata forse ma non certo ignorata. Una materia piegata dallo spirito (Simmel 1911) ma attraverso l'inevitabile coscienza di un puntuale impiego dei materiali edilizi: requisito indispensabile all'unicità di quest'arte. Un costante bisogno di forma, allora, capace magari di "stupire per assoggettare" (una sorta di *Biblia pauperum*) o, semplicemente, di "stupire per comunicare". Comunicare le ragioni sottese ai molteplici linguaggi formali, ai plurali lessici architettonici che hanno scandito le fasi storiche della configurazione delle città: testimonianze di quella forma-mondo che si è sempre servita dell'architettura per materializzare un'idea pietrificando o esaltando la complessità delle dinamiche urbane. Storicamente l'architettura ha dato forma a spazi diversi attraverso l'uso di linguaggi architettonici diversi ma, sempre, in sintonia con la domanda rivoltale da quella committenza che ne motiva la natura disciplinare. Una committenza che chiede di stupire con l'architettura per comunicare il proprio essere-nel-mondo se non, addirittura, il proprio essere-mondo. La stessa babele linguistico-formale che denota i panorami urbani delle città contemporanee, caratterizzate da *skylines* fusi e confusi tra loro in una sorta di megalopoli senza confini geografici in cui trovano luogo le plurali soluzioni formali di architetti sempre più cosmopoliti, è il risultato di un puntuale servizio reso alle committenze, per quanto eterogenee esse siano diventate nell'età contemporanea. Una fantasmagoria di forme che ostenta

una sovrapposizione di linguaggi, spesso antitetici tra loro, che documentano la possibilità dell'accadere simultaneo di eventi solo apparentemente dissonanti o diacronici. Una miscellanea di luoghi, di spazi e di tempi che ritrova negli scenari pubblicitari lo specchio riflettente, ma forse anche condizionante, della forma urbana contemporanea. Ma come dare forma all'irruzione di un ulteriore nuovo spazio: quello prefigurato dalla "rivoluzione informatica"? Con quale forma, e attraverso quale materia, è possibile configurare la spazialità immaginata e gestita dalle reti informatiche? Il cosiddetto *cyberspazio* dell'informazione sta impegnando la ricerca di nuove generazioni di architetti, sempre più desiderosi di misurarsi con una nuova possibile committenza. Ma quale materia potrà tradurre in architettura "solida" la flessibilità, la fluidità o la liquidità della nuova "architettura dell'intelligenza" (de Kerckhove 2001)? I connotati rivoluzionari dell'informatica stanno verosimilmente minando le basi delle tradizionali categorie vitruviane. Ma non potrà inverarsi alcuna rivoluzione architettonica in assenza della corrispondente domanda di una committenza, come pure in assenza di una materia adeguata a tradurre la "liquidità" del virtuale in reale.

Il nuovo spazio *in-fieri* o, meglio, "in-forme", annunciato dalla rivoluzione digitale e dalla nuova architettura dell'intelligenza potrà effettivamente *tras-formare* il panorama architettonico tradizionale. Ma allora nuove tecniche costruttive e nuovi materiali dovranno essere inevitabilmente concepiti e prodotti per sostanziare la nuova spazialità e la conseguente configurazione formale di un'architettura che sia in grado di liquidare la solidità della concezione vitruviana e i principi euclidei che l'hanno ispirata. Solo sotto quest'aspetto sarà vera rivoluzione e si registrerà una singolare inversione di tendenza nella storia di questa disciplina: la forma che non piega abilmente la materia di cui può disporre (Simmel 1911) ma che genera, addirittura, un bisogno di nuova materia condizionando e suggerendo alla ricerca tecnologica di impegnarsi nella messa a punto di so-

luzioni adeguate a sostenere la carica eversiva della sua invadente forza comunicativa. Solo a questa condizione, lo scenario prossimo venturo disegnato dall'era della "dematerializzazione digitale" non rimarrà tale: uno scenario virtuale, appunto, tutt'altro che reale e perciò condannato a rimanere imbrigliato nella "rete" di un alienato laboratorio puramente sperimentale. Ennesima avanguardia, altrimenti, certamente efficace e stimolante in ambito teorico-critico (e in proposito si pensi ai contributi di Giovanni Battista Piranesi, di Étienne Boullée, di Antonio Sant'Elia o di un certo costruttivismo russo, per ricordare alcuni episodi del passato che pure hanno costellato le complesse vicende della storia dell'architettura) ma, appunto, un'avanguardia: isolato ed esclusivo fenomeno d'*élite* forse anche destinato a "essere alla moda" ma incapace di "essere-moda" (Abruzzese 2001b). Incapace, cioè, di riuscire a decretare una nuova rottura epistemologica analoga a quella convenzionalmente riconosciuta alla rivoluzione prospettico-spaziale della prima metà del XV secolo, in quell'età della storia dell'architettura già definita, anche sotto quest'aspetto, "moderna". La nuova spazialità non-euclidea non potendo servirsi – come in quel caso – di materia da assoggettare al proprio lessico espressivo, dovrà necessariamente misurarsi con tecniche costruttive e materiali adeguati per inverare la propria comunicatività formale, per poter parlare – finalmente ascoltata – nel mondo. In un mondo, comunque, desiderato da una committenza che ne sente il bisogno. Solo allora, quando non sarà eluso l'inevitabile e inscindibile intreccio *committenza-forma-materia*, lo stupore provocato dalla *novitas* del "sex appeal dell'inorganico" sarà vera comunicazione, linguaggio appropriato alla "nuova alleanza fra le cose e i sensi" (Benjamin 1982; Perniola 1994; Palumbo 2001a, 2001b). In quest'ottica rimangono inalterate, e forse inalterabili, le peculiarità dell'architettura: disciplina "unica fra tutte le arti".

Archivi

Alberto Abruzzese

La natura di documento – carteggi di rilievo storico, economico e culturale, trattati politici, delibere governative e amministrative, contratti e via dicendo – si estende a qualsiasi “oggetto” che possa costituire una prova significativa del passato. Per il senso comune, l’ambito degli archivi consiste nella conservazione e accessibilità di documenti cartacei, ma l’uso dello stesso termine si è esteso anche alla ben più vasta gamma delle biblioteche, dei musei (della natura, delle arti, della tecnica e delle scienze), nonché delle fototeche, delle cineteche, delle videoteche, dunque di ogni prodotto dell’intelligenza e creatività dell’uomo. Dopo la grande svolta operata dai linguaggi digitali, l’informatizzazione degli archivi non significa solo massima ottimizzazione della schedatura e indicizzazione dei loro contenuti, ma una vera e propria rivoluzione sull’intero sistema dei mezzi di restauro, conservazione, accesso e valorizzazione di qualsiasi bene naturale, storico, culturale, espressivo. Di ogni oggetto e prodotto, quale sia la sua consistenza materiale, la sua epoca e la sua sfera di significato. Queste stesse risorse informatiche favoriscono imponenti dinamiche di diffusione e commercializzazione telematica dei contenuti degli archivi, con la conseguente necessità di dovere ridefinire norme e legittimità dei diritti d’autore e di proprietà.

La straordinaria efficacia con cui le nuove tecnologie garantiscono la digitalizzazione di scrittura, immagini e testi audiovisivi interviene positivamente sui punti di crisi strutturale delle forme storiche di archiviazione, ma funziona anche da fattore catastrofico, rigeneratore, radicalmente innovativo tanto sul piano dei modelli tecnico-organizzativi quanto sul piano dei contenuti strategici. Gli archivi informatici si collocano in questo snodo tra passa-

to e futuro. I linguaggi digitali, oltre alla loro eccezionale potenza nell'immagazzinare informazione e renderla accessibile, rivelano altrettanta potenza nel determinare relazioni trasversali alla pura e semplice traiettoria tra domanda e offerta. La massiva intensificazione di forme di comunicazione interattive, molti a molti, plurime, consente ambienti altamente creativi in cui si producono testi, artefatti, opere, informazioni che costituiscono già ora un volume di dati incommensurabile rispetto ai "bacini di raccolta" predisposti per le tradizioni antiche e moderne.

La logica di sviluppo degli archivi informatici finisce così per essere la stessa delle reti Internet, di per sé un immane dispositivo archivistico, ma senza centro e senza periferia, in-finito, mai finito, in continua crescita. Quasi un sistema gassoso, in cui espansione e intrusione coincidono. Ma anche un multi-verso composto da punti di maggiore attrazione e condensazione e punti di maggiore rarefazione e dispersione. In questa fluidità i siti hanno la possibilità di alimentare, accrescere il proprio campo di interessi, la propria vocazione, i propri servizi, la loro comunità di appartenenza, praticando strategie connettive, assorbendo ed emanando dati, facendo crescere così, su se stessi e oltre se stessi, dinamiche di ricerca sempre più intense. Di fronte a queste specifiche qualità della rete, l'informatizzazione tende dunque a fare dilagare gli archivi al di là dei loro "fondi" originari, dei loro patrimoni di base.

Dalle prime collezioni private alle varie modalità nazionali di museificazione con cui la modernità ha affrontato il suo rapporto istituzionale con il passato, la raccolta di beni prodotti dalla storia e l'accesso alla loro consultazione (o visione) ha puntato molto sulle strutture materiali, sulle architetture, sugli ambienti fisici, in modo che contenitore generale e contenitori interni del museo fossero curati sotto ogni aspetto: tecnico e monumentale, organizzativo e ornamentale. Questa funzionale corrispondenza tra volumi del contenuto e strutture del contenitore ha

oggi un peso assai minore grazie alla dimensione informatica, capace di comprimere le informazioni e quindi miniaturizzare sempre più qualsiasi contenitore di dati. Prevale invece l'attenzione al reperimento dei beni da immagazzinare; alla loro contestualizzazione; ai criteri di selezione e catalogazione da adottare; alla priorità del servizio da offrire, quindi al cliente; alle *facilities* da mettergli a disposizione; alla sua familiarizzazione con i contenuti e con i mezzi per accedervi; alla ricchezza e varietà dell'offerta; alla valorizzazione e alla socializzazione del prodotto.

Stiamo quindi assistendo a una scomposizione e ricomposizione degli spazi che la società dedica alla conservazione delle proprie memorie. Comunque già a partire dall'archiviazione dei supporti cartacei, risulta evidente che la necessità di nuovi contenitori per nuovi linguaggi ha alla sua origine il progressivo venire meno delle elementari garanzie di conservazione e valorizzazione storicamente offerte alla stampa, mano a mano che, accanto al libro, si sono andate sviluppando in modo non altrettanto autorevole ma assai più massivo molte altre forme espressive dovute ai nuovi mezzi di produzione e consumo dell'industria culturale. Nell'arco di due secoli, la quantità di stampe, manifesti, illustrazioni, fotografie, periodici, quotidiani, libri popolari, fumetti, rotocalchi, guide, cataloghi, cartoline, figurine, fotoromanzi, dispense, ha costituito un gettito di carta sempre meno controllato e memorizzabile (e certamente in gran parte sfuggito alla conservazione non solo a seguito dell'abnorme crescita quantitativa e qualitativa di un determinato prodotto ma anche nelle sue prime fasi di espansione, quando tale prodotto appariva non ancora meritevole di memoria – persino quello letterario, quando sfuggiva alla sua canonizzazione).

Ma l'effettivo punto di crisi delle strategie di archiviazione nasce con il Novecento. È costituito da tutto ciò che l'industria culturale ha prodotto ricorrendo ai linguaggi non-alfabetici. Quindi tutto il cinema. Di ciò che esso ha prodotto nel corso di cento anni, le cineteche, per limiti

culturali e limiti economici, hanno conservato solo una minima parte. Tanto più la TV e il video: una produzione sterminata, sempre più affidata a supporti evanescenti, sempre più sfuggente alle gerarchie estetiche e sociali che governano i criteri di selezione e conservazione.

Lo scenario in cui collocare un intervento adeguato alla necessità di garantire la "memoria" contenuta nei supporti post-alfabetici, è dunque quello della società post-industriale e post-fordista, caratterizzata da una serie sostanziale di mutamenti socioantropologici nella sfera dell'esperienza individuale e collettiva (enfatizzazione del presente, assottigliarsi della memoria storica, con-fusione tra tempo di lavoro e tempo libero, relazioni pubbliche e private con forti dinamiche di desocializzazione, attese e conflittualità sempre più rivolte alla sfera dei beni immateriali), nei rapporti tra produzione e consumo (centralità del consumatore rispetto ai linguaggi della produzione), nella formazione di sempre nuove aggregazioni di pubblico (intensi processi di demassificazione e di segmentazione delle identità collettive in cui si manifestano vocazioni singolari o comunitarie dovute a tutti i fattori di cui sopra), infine nella stessa costruzione e percezione della realtà (ciò che viene sintetizzato oggi nei termini di glocalizzazione – globalizzazione e localizzazione – delle risorse umane, economiche ed espressive).

Per maggiore chiarezza, può essere utile rimandare alla quadripartizione diacronica e sincronica adottata da alcuni teorici della net society per definire le "sfere" dell'agire umano: terra, libro, merci, reti connettive. L'innovazione tecnologica sta dando massima espansione a quest'ultima sfera. Le istituzioni museali moderne si sono fondate sulla prima e sulla seconda sfera (opere, edifici e territori "fisici"; forme di interpretazione, divulgazione e comunicazione realizzate dalla scrittura). La crisi del museo in epoca tardomoderna e post-moderna ha vissuto e sta vivendo forme di conflitto e di integrazione con la terza, la sfera delle merci. E dunque qualsiasi luogo di conservazione,

valorizzazione e fruizione di beni culturali si apre oggi alla connessione tra apparati concepiti secondo i modelli istituzionali di musealizzazione, fortemente agganciati alla tradizione urbana e alla memoria scritta, e apparati concepiti invece secondo i modelli di produzione e consumo del mercato, fortemente agganciati ai media e alle mode.

Vale a dire che, in epoca post-industriale, la linea di sviluppo delle collezioni, dei musei, delle biblioteche e delle cineteche si dovrebbe incontrare finalmente con quella delle Esposizioni Universali, dei supermercati, degli ipermercati, degli shopping center, sfruttando la placenta connettiva delle comunicazioni televisive e di rete, la potenza virale e immaginifica dei consumi. Le "stanze" del sapere e della tradizione si aprono nei territori emotivi dell'esperienza vissuta.

Il modello storico della biblioteca, pur essendo stato esteso al disco (si pensi, in Italia, alla Discoteca di Stato) e al film (si pensi alla Cineteca Nazionale del Centro Sperimentale di Cinematografia e alle altre cineteche di ambizione "internazionale", "nazionale" e "locale"), si è rivelato sempre più problematico. Come si è detto, questa problematicità insorge non solo a fronte dell'aumento vertiginoso dei vari beni di consumo culturale introdotti sui mercati dalla riproducibilità tecnica, ma, più ancora, a fronte delle comunicazioni di "flusso" (cioè radio e TV) e, infine, di "rete", in grado di mettere in crisi ogni tradizionale forma di contenitore, archiviazione e consultazione.

Si tratta di due secoli di storia. Prima il lungo percorso ottocentesco, in cui sono i processi di industrializzazione e metropolizzazione a spiegare lo sviluppo dei mezzi in grado di riprodurre e trasmettere immagini, parole e suoni in condizioni spazio-temporali che non sono più quelle delle società premoderne e dunque a spingersi ben oltre la natura della comunicazione dal vivo, faccia a faccia, e di conseguenza anche ben oltre le arti tradizionali. Poi il Novecento, in cui i media sono stati così ricchi di cicli innovativi e così fondamentali per la storia del mondo da

farli essere una cosa sola con il secolo, l'ultimo del millennio, quello che ha assorbito in sé la memoria di tutte le civiltà e ha potuto svolgere questa sua fantasmagorica funzione proprio grazie allo sviluppo tecnologico delle sue forme di comunicazione.

Ecco delinearsi una nuova idea di museo post-industriale: un programma – nel senso letterale del termine, vero e proprio "cuore" pulsante che emana a tutta la struttura ritmi informativi sempre rinnovati e variabili a seconda delle variazioni qualitative e quantitative del pubblico – in grado di potere destrutturare integralmente le opere che archivia e gli ordinamenti predisposti alla loro fruizione, dando luogo a una serie inattesa e creativa di ulteriori interventi, nuove situazioni di produzione e consumo, livelli espressivi ed emotivi con cui sollecitare percorsi e interpretazioni diverse dalle chiavi di lettura che hanno dominato le culture audiovisive di settore e il Novecento stesso.

Atomica
Alberto Abruzzese, *Luigi Caramiello*

Il 6 agosto 1945, per risolvere la seconda guerra mondiale, le città giapponesi di Hiroshima e Nagasaki furono rase al suolo. Sappiamo dunque del significato storico che la bomba atomica ha avuto. Si tratta di capire quale senso abbia acquisito dopo la fine della guerra fredda, quando il mondo è entrato in un periodo di disgelo e di cooperazione fra le superpotenze del pianeta. È evidente che la minaccia di una guerra nucleare globale, vissuta durante tutti gli anni Ottanta, si è andata spegnendo. I due maggiori antagonisti della guerra fredda, americani e russi, sono diventati potenze amiche e il dissidio irriducibile che li ha divisi per lunghi decenni ha lasciato il posto a un clima di intesa e collaborazione che si è già manifestato in varie fasi e momenti anche "critici", turbolenti. Altre grandi nazioni, come la Francia o la stessa Cina, in linea di massima non sembrano avere mostrato un atteggiamento particolarmente aggressivo o intenzioni veramente belliciste. I rischi sembrano provenire piuttosto da alcuni "teatri regionali" particolarmente caldi, si pensi all'inimicizia radicale fra India e Pakistan, entrambi forniti dell'atomica. Si pensi alla Corea del Nord e allo scenario mediorientale. Recentemente si è profilata, con sempre maggiore frequenza, l'eventualità che qualche gruppo terroristico possa impadronirsi di tecnologie e conoscenze necessarie a fabbricare rudimentali ordigni atomici. Sono state segnalate fughe di uranio e plutonio in Giappone e nell'ex URSS. Dopo l'11 settembre 2001 l'ipotesi di attentati nucleari non è del tutto incredibile. C'è da domandarsi quali contraccolpi potrebbero determinare. Il fatto è che nonostante l'intensa opera di disarmo che ha portato, fra USA e URSS, allo smantellamento di alcune migliaia di ordigni (erano ancora 54.000 all'inizio degli anni Novanta), nel mondo vi è ancora una quantità tale di bombe atomiche da

poter distruggere diverse volte il pianeta. Un prestigioso gruppo di scienziati americani elaborò la teoria dell'inverno nucleare, secondo la quale basterebbero appena 2.000 esplosioni atomiche per diffondere non solo una radioattività capace di distruggere per millenni gran parte delle forme di vita, a partire dalla specie umana, ma anche a mettere in moto una nuova terribile glaciazione. In pratica appena il 5% delle testate ancora disponibili possono bastare per estinguere la vita umana sulla terra. A fare davvero finire la storia (Caramiello 1987).

Da un punto di vista culturale e teorico il problema non è se fra le potenze atomiche regni un clima di scontro e dissidio, oppure il dialogo e l'armonia. Da sempre i vincitori di un ciclo storico sono i vinti della fase successiva, e gli alleati possono da un momento all'altro trasformarsi in irriducibili nemici. Il punto è un altro: l'umanità, con la scoperta dell'atomica, con la fabbricazione della bomba, ha prodotto una svolta nel destino del mondo. Fra le epoche pre-atomiche e quelle post-atomiche vi è una rottura, un punto critico, una soglia di differenziazione qualitativa: dall'atomica in poi la dissoluzione dell'avventura dell'uomo sulla terra non dipende più da un possibile evento "esterno" all'agire della specie, da una causa "naturale" o cosmica:

> ora la distruzione del mondo è concepibile grazie a una virtù scientifica, tecnologica, che non può essere scissa dall'uomo che l'ha creata. Vale a dire che l'immaginazione umana ha prodotto le condizioni materiali della sua autodistruzione (Abruzzese 1987).

Il sistema nucleare, esito delle punte più avanzate della modernità, mette in crisi uno dei suoi fondamentali presupposti: l'onnipotenza del Dio della tradizione giudaico-cristiana. Prima dell'atomica, infatti, la conclusione della storia era una possibilità interamente riposta in mani divine. Ora è il pulsante nucleare che può attivare la fine. In altre parole l'uomo, essendo riuscito a produrre lo strumento per l'oltremondo (questo il senso rivelatore dell'apocalisse), ha espro-

priato il divino della sua prerogativa. Ha creato la macchina che fabbrica Dio, come avrebbe detto Karel Capec, l'inventore letterario dei robot. Certo, da un punto di vista dottrinale, i custodi dell'ortodossia possono ritenere che si tratta di un falso, di una brutta copia del modello originale, poiché la distruzione nucleare realizzerebbe solo un'apocalisse dimezzata, cioè senza palingenesi, senza catarsi, nella quale "l'avvenimento morirebbe nel grembo dell'accadimento" (Balducci 1985). Ci sarebbe la morte, non la resurrezione. È evidente, tuttavia, quanto la possibilità pantoclastica rappresentata dall'atomica costituisca uno smacco non occultabile per le tradizioni metafisiche. Essa infatti non è più

> un atto che si attende, ma un'azione già compiuta perché eseguibile in qualsiasi momento. Non più in mano a chi punisce l'errore, ma in mano a chi ha compiuto l'errore. Il millenarismo nucleare, infatti, non interrompe più la vita per rigenerarla, ma si fa continuo degenerandola (Abruzzese 1987).

Tanto come dispositivo effettivamente attivabile contro l'intero corpo del mondo quanto come meccanismo immanente a ogni forma della comunicazione, la bomba atomica ha prodotto una piattaforma espressiva di intensità superiore a qualsiasi altro evento culturale. Ha creato la metafora, il simbolo, il mito che li assorbe tutti e tutti li consuma. Ha raccolto in sé ogni passata narrazione mitica – ogni intuizione del sacro – e al posto del narratore, di qualsiasi narratore, ha messo la morte. Ha riportato tutti gli archetipi alla radice del silenzio e del vuoto da cui essi erano scaturiti con un gesto – vitale, poietico – esattamente inverso a quello nucleare. Dunque si è fatta archetipo della fine e, in quanto tale, il solo pensarla, esattamente come pensare Dio, si fa potentissimo mezzo di espressione. Il medium nucleare "lavora" sulla teoria, sulla cultura, sui comportamenti, sull'immaginario contemporaneo. Ne è la *condizione*. La forma perfetta del perturbante.

Anche l'escatologia marxiana, ad esempio, deve fare i conti con un immaginario nucleare che la incalza violente-

mente, accelerando la sua crisi. Il massimo sviluppo delle forze produttive annunciava l'avvento della società senza classi, il regno della libertà che si sostituiva a quello della necessità. È stata una delle versioni più forti del progetto moderno. Ma proprio nel punto più avanzato del progresso tecnologico, laddove avrebbe potuto situarsi la rottura epocale in grado di segnare la fine della preistoria e l'inizio della storia, l'atomica, simbolo e traguardo emblematico della conoscenza tecnica e scientifica, evoca la possibile fine dell'avventura umana. All'utopia scientifica si sostituisce l'incubo della *science fiction*, le tante narrazioni popolari sulla fine del mondo. Le generazioni cresciute nel secondo dopoguerra hanno vissuto in pieno questo disagio, sperimentando l'angoscia nucleare. Almeno in una parte di loro, in un luogo della propria persona, sanno che Dio ora è veramente morto poiché il suo potere di far coincidere il tutto e il nulla è adesso nelle mani dell'uomo.

La progressiva consapevolezza dell'inaudita entità della minaccia – in passato vissuta solo di fronte all'interpretazione millenaristica delle grandi pestilenze – si è andata comunicando all'immaginario giovanile, producendo effetti diversificati nel tempo e nello spazio a seconda dei contesti di appartenenza e delle culture dominanti. Dalle melodie bucoliche intessute di speranza, pace e amore del sogno hippy, al nuovo urlo espressionista, il cupo "*no future*" ipermetropolitano e postmoderno del punk. Negli anni Ottanta la reciprocità "razionale" della *game theory* nucleare ha prodotto il suo effetto più perverso: la dotazione atomica planetaria cresce a dismisura e sembra non esservi alcun modo per bloccare la proliferazione. Presenta la fenomenologia di un cancro. Il medium nucleare dispiega al massimo livello uno dei suoi possibili schemi di azione comunicativa: la mutua distruzione assicurata, la deterrenza, la minaccia del terrore, il terrore della minaccia. All'ombra della dissuasione, nelle rispettive sfere di influenza o di dominio, si sono già consumati, senza intralci, vari gradi di ignominia (l'invasione di Praga, il golpe cileno), ed è venuto al pettine

qualche “nodo” assai difficile da sciogliersi (il Vietnam, l’Afghanistan, l’Etiopia, per citarne solo qualcuno).

Ma a un certo punto nella “casta nucleare” sorge un dissenso. Al tavolo di una supposta “parità” strategica siede un duro professionista hollywoodiano, che rilancia e alza tremendamente la posta. Non bastano i missili, bisogna puntare allo Scudo spaziale, alle *Star Wars*: chi non ha queste *fiches* è fuori dal gioco. Sono gli ultimi istanti di parità militare e politica. Un giocatore ha finito la dote. L’orologio di Chicago, quello del “Boulletin of Atomic Scientist” segna un minuto alla mezzanotte. Davanti a quel panno verde c’è chi sta perdendo tutto, definitivamente. Potrebbe perdere anche la testa, potrebbe non accettare la sconfitta a tavolino, peraltro al buio. Ma il destino ha messo in quella partita un laico in grado di essere responsabile o comunque nelle condizioni di dovere esserlo. E grazie a questo noi siamo qui a raccontarlo. Il muro di Berlino aveva già cominciato a scricchiolare. Il mondo era salvo (almeno per il momento). Gorbaciov sarebbe stato presto dimenticato, soprattutto dal suo popolo. Noi italiani lo ricordiamo principalmente per la sua partecipazione al Festival di Sanremo. Il suo nome è invece impresso non solo nel grande libro della storia, ma anche su una famosa pasticca di Extasy: Gorby, una “bomba” fra le più potenti mai sintetizzate. Le vie dell’immaginario nucleare sono veramente infinite.

In verità sin dai primi anni del dopoguerra il pensiero della bomba aveva avviato un intenso lavorio sulla creatività, sull’attività artistica e narrativa, sull’espressività e sull’estetica contemporanea. Non basterebbe un intero manuale per parlare delle opere letterarie, cinematografiche, teatrali, della poesia, della pittura, della musica, del teatro, che hanno tentato di raccontare, di evocare, di raffigurare, la dimensione atomica nei suoi diversi aspetti. Si pensi a quanti mostri “mutanti”, *leit-motiv* ricorrenti dell’estetica nucleare, ha partorito l’immaginario cinematografico del Sol Levante. Per quanto riguarda il cinema di ispirazione realistica basta citare *Hiroshima mon amour* di Alain Resnais o *A prova di*

errore di Sidney Lumet, centrato sulla possibilità di un disastro provocato da una disfunzione tecnica, uno sbaglio umano, o la lettura parodistica di militari, scienziati e politici immaginata da Stanley Kubrik con *Il dottor Stranamore*.

Ma l'estetica nucleare più significativa è quella del cinema del dopobomba, quello che ci parla del futuro post-nucleare, prossimo o remoto: da *Il pianeta delle scimmie* a *War Day* e *The Day After*. In tale contesto vi è un elemento importante di analisi sul quale si deve richiamare l'attenzione. La letteratura e il cinema del "giorno dopo" hanno dato vita a un vero e proprio genere narrativo, costruito essenzialmente sulle vicende dei sopravvissuti. Il paradosso è che gli scienziati, pressoché all'unisono, concordano sul fatto che nel caso di una deflagrazione termonucleare globale non vi sarebbero superstiti. Eppure la fiction contemporanea ha dato vita, in varie tappe, a una vera e propria saga dei sopravvissuti. Perché? Il fatto è che la guerra, così come il dopoguerra, hanno bisogno della letteratura e più ancora del cinema, di uomini e donne, di avventure e passioni, di corpi, per essere raccontati. Molto probabilmente il cinema e la letteratura non sono ancora attrezzati (se mai potranno esserlo) a raccontare storie in cui siano assenti i corpi. La bomba atomica distruggerebbe non solo gli esseri umani, ma anche quelli animali e vegetali (che del resto l'uomo sta già progressivamente mettendo a rischio). Dunque anche l'ingresso in una mentalità e sensibilità post-umana sembra trovare il suo limite invalicabile nella catastrofe nucleare.

Non bisogna allora stupirsi del fatto che la narrazione atomica si strutturi interamente intorno alle storie dei superstiti (a ben vedere, anzi, il racconto è sempre stato il risultato di un desiderio di sopravvivenza, le storie popolari o anche colte sono sempre un modo per metabolizzare la paura della morte). Ma qui – in questo il paradosso moderno raggiunge la sua punta più alta – la narrazione sottolinea proprio il fatto di essere qualcosa di inenarrabile, finzione assoluta di una tragedia che va oltre la morte. Qui la sopravvivenza puramente narrativa della soggettività si tradu-

ce in morte della morte. Sulla base di questo sublime paradosso, il medium nucleare fonda anche una sua specifica capacità di stimolare la ridefinizione degli assetti e degli equilibri planetari. Con il suo messaggio imperativo e minaccioso, si traduce in un "memento mori" universale, tanto quanto collettiva e universale è la catastrofe a cui rimanda. Di per sé non offre strumenti per una possibile evoluzione cooperativa del sistema mondiale, ma indica – come assai prima del cinema fecero le fantasmagorie religiose sulle pene dell'inferno – il destino assegnato alla *colpa*. Avverte sul pericolo che da sempre si è annidato nel modello moderno, nella funzionalità e perfezione di un potere che si fa indifferente alla differenza tra la vita e la morte. Per dirlo con le parole di de Kerckove (1990):

> Il confronto fra le potenze, grazie alla bomba atomica, sta esercitando delle pressioni per l'unificazione del pianeta. È questo il legame profondo che è necessario incalzare per lo sviluppo della coscienza planetaria.

Questo strumento di pacificazione è tuttavia fondato sulla vecchia formula della paura come deterrente. Il pensiero del dopo-bomba – le basi di una *critica nucleare* – non possono più fare conto sulle vecchie formule del cosmopolitismo progressista perché rimandano direttamente al carattere ambiguo della globalizzazione come evocazione e connessione dei localismi ma al tempo stesso come insieme di strategie volte a cancellare le diversità costringendole tutte alla logica di una sola dimensione collettiva a cui ogni etnia, religione, etica ed estetica avrebbe l'obbligo di assoggettarsi in nome della salvezza del pianeta-mondo (questo è il carico simbolico e funzionale con cui il dominio delle politiche e delle economie nazionali e internazionali non è più chiamato Capitale ma Impero). All'immagine trionfante dell'Impero – che lega in un unico inscindibile vincolo di vita-morte, sovranità e moltitudini – la bomba atomica ha fatto da annuncio: diritto di scelta assoluta su basi non più divine ma umane.

Attore
Alberto Abruzzese

Nel campo della sociologia, per attore s'intende quello "sociale". Nel campo dello spettacolo e della comunicazione, si intende colui che "interpreta" un personaggio, il quale, reale o fittizio che sia, potrà esibire gradi più o meno intensi o deboli di analogia con gli attori sociali. Nel primo caso, l'identità rappresentata dal soggetto suole definirsi autentica (per quanto si sia andati riconoscendo sempre più che l'attore sociale, tanto nella sua dimensione individuale, quanto nelle sue dimensioni di gruppo o collettive, ricorre assai spesso se non sempre a "finzioni"). Nel secondo caso, il soggetto, dentro la cornice della sua messa in scena, rinuncia alla sua effettiva appartenenza sociale e alla sua individualità per vestire i panni di "qualcun altro" (per quanto si sappia che qualcosa del sé sociale – memoria, gusto, psicologia, cultura – resta e anzi viene spesso sfruttata nell'esercizio stesso della recita).

È dunque significativo rintracciare i rapporti che, a opera dell'industria culturale, sono andati via via determinandosi tra sfera degli attori sociali e sfera dell'attore in quanto professionista e tecnico della simulazione, della finzione identitaria. L'esperienza del teatro romantico tedesco fu attraversata dal desiderio dello scrittore teatrale – cioè dell'autore delle forme più elementari di scrittura audiovisiva, di scrittura per la messa in scena – di ridurre al minimo ogni resistenza soggettiva dell'attore, sino a farne una "marionetta", un corpo che si mostrasse – a somiglianza dei musicisti rispetto alle note segnate sul pentagramma o della voce rispetto alla poesia – altrettanto docile alla scrittura scenica. Questo progetto è stato realizzato a suo modo dall'industria cinematografica, in cui è il montaggio a recidere ogni possibile legame tra l'attore sociale che sopravvive nell'attore e il personaggio, realizzan-

dolo in un corpo che è interamente creato dalla scrittura audiovisiva. Ma proprio la potenza espressiva del cinema, lo splendore di super-marionetta collettiva, archetipica, che l'attore vi conquista, produce lo sconfinamento del divo. Questa figura di attore rientra prepotentemente nel sociale, a tal punto da recitarvi la propria parte di grande protagonista anche "fuori scena". Così, ecco iniziare un processo di reciproca contaminazione tra attori sociali e attori della fiction. Questo processo raggiunge il suo massimo nello spazio televisivo: qui l'attore sociale si vuole trasformare in attore mediale, presentendo che il mondo da vivere è sul piccolo schermo televisivo. Infine, nella dimensione trasversale e non più frontale dei new media, cade il gioco delle parti tra attori sociali costretti a essere spettatori di narrazioni e di figure di cui non hanno il controllo e attori costretti a vivere la loro capacità di simulazione dentro i confini della scena immaginaria. Caduto il rapporto meccanico tra gli uni e gli altri, si entra nella nuova complessità delle forme di comunicazione digitali, sempre più incerte nel distinguere tra identità vere e identità false, sempre più disposte a far diventare attori sociali, anzi eroi, figure che sono puramente virtuali. Personaggi esistenti solo grazie alla rete delle relazioni sociali che possono riconoscerli e in essi riconoscersi.

Avanguardie
Alberto Abruzzese

Si definisce con il termine “avanguardie” (e più spesso “avanguardie storiche” per distinguerle dalla ripetizione della loro formula originaria sino a oggi) un insieme differenziato, ma riconoscibile in una comune cifra trasgressiva e innovativa, di movimenti culturali che si sono manifestati nei primi tre decenni del Novecento – espressionismo, futurismo, dadaismo, surrealismo – raggiungendo un così alto livello di sperimentazione espressiva da costituire una traumatica discontinuità rispetto alla tradizione delle arti moderne e del loro rapporto con la società. Avanguardia è un termine che si rifà al lessico militare, significando un ristretto manipolo di uomini che, mandato all’avanscoperta di un territorio di guerra, si spinge molto oltre, lasciandosi alle spalle l’esercito a cui appartiene e di cui, avventurandosi nell’ignoto per anticiparne la visione di rischi e fortune, si assume la responsabilità di fare da guida al suo viaggio di conquista.

Come si vede, gli elementi in gioco in questa parola appartengono al carattere più tipicamente gerarchico della tradizione moderna ed essa è inscindibile dalla dimensione di massa dei suoi modelli di sviluppo (appartenenti a una dimensione comunicativa che non era ancora entrata nei processi di privatizzazione ma anzi faceva dominare i processi di socializzazione più tipici della tradizione pubblica metropolitana). L’avanguardia è dunque una dimensione che non poteva accendersi senza masse, senza l’idea pilota di un destino collettivo da invertire, deviare o correggere. La nostra sensibilità post-moderna ha formulato un concetto apparentemente analogo a quello di cui tratta il rapporto tra avanguardie e masse ma più duttile e persino personalizzato. Lo ha suggerito Francesco Alberoni (1979) ricalcando sul dinamismo

conflittuale della coppia movimento *versus* istituzione anche il dinamismo personale (e familiare) della coppia innamoramento *versus* amore.

E tuttavia le avanguardie storiche, essendo radicate in un ciclo dei fenomeni espressivi che culmina negli anni Trenta – e cioè al compiersi del ciclo ottocentesco dei linguaggi dello spettacolo nell'avvento dei linguaggi televisivi – non fanno ancora parte del tipo di mutamenti che sostanziano i movimenti e l'innamoramento come modi di destabilizzazione e rigenerazione del tessuto sociale e privato. Mentre questi sono il risultato di un sistema collettivo organicamente funzionante come vera e propria espressione dei mutamenti sociali, le avanguardie ne sono state la causa, il fattore determinante. A loro si deve lo scatto di qualità di un'industria culturale che, prima del loro intervento innovativo sui suoi dispositivi espressivi, non poteva ancora rappresentare la globalità dei processi sociali e dei suoi soggetti. Essa costituiva dunque una componente assai larga del mondo moderno ma comunque separata da componenti di più lunga e profonda tradizione culturale. Proprio sotto questo profilo il rapporto tra avanguardie e masse può essere definito nel conflitto stesso tra intellettuali e società (quindi anche tra Cultura e Civilizzazione), tra *élite* e collettività, tra arti e mercato. Un conflitto che, grazie alle dinamiche di integrazione che ha favorito, è stato essenziale per la nascita della "terza cultura" (Morin 1962) e cioè delle condizioni materiali di sviluppo espressivo dei media contemporanei.

Con le avanguardie storiche assistiamo a picchi di creatività artistica – nella pittura, nella scultura, nell'architettura, nella musica, nel teatro, nelle performance – che, pur carichi di ogni autorità e tradizione, ne fuoriescono per entrare in una dimensione sacrale, rigorosamente depurata dei nessi tra arte e società tipici di tutta la vicenda moderna dal Rinascimento in poi, così da toccare la sostanza dell'immaginario collettivo, luogo in cui, grazie all'industria culturale, ogni oggetto della vita quotidiana si

rivela arcano, bisognoso di una fantasmatizzazione simbolica (i linguaggi dello schermo) e di una rielaborazione rituale (i linguaggi delle mode, dei consumi e della pubblicità). La prossimità degli artisti d'avanguardia ai mondi della tecnica e delle merci, non fu dunque un cedimento della tradizione al potere seduttivo dei processi di modernizzazione e mondanizzazione, ma, al contrario, l'emergere della comune piattaforma comunicativa di un mondo occidentale in sempre più rapida trasformazione. Invece di regredire nella ripetizione delle formule classiche della dicotomia tra Antico e Moderno, gli artisti di avanguardia accettarono le qualità dei territori che si sentivano eticamente chiamati a rappresentare: deterritorializzazione, smaterializzazione, artificializzazione, velocizzazione, macchinizzazione, automazione. Indebolivano, sino a rifiutarla, ogni marca di distinzione tra linguaggi codificati e linguaggi non codificati. Penetravano nell'inconscio e nell'irrazionale (nella materia sacrale di cui si erano nutriti gli alchimisti, la magia, l'occultismo, le false scienze). Uscivano dalla logica visiva dell'immagine-specchio per toccare le astrazioni interiori dello sguardo. Abbandonavano le grammatiche e sintassi dettate dalla scrittura e dalle sue narrazioni, dalle identità e dai poteri che vi si incarnavano. Si orientavano verso i linguaggi triviali e spettacolari: la rissa con il pubblico dal vivo, la superficialità sensitiva dell'abbigliamento, il montaggio cinematografico, le distruzioni urbane, il traffico e il rumore della città e delle automobili, la velocità dei numeri di varietà, il rischio acrobatico del circo, la guerra, gli eccessi dello spirito e della carne.

Biotecnologie
Stefania Parisi

Bios e *techne*. La vita e la tecnica. Negli scenari d'inizio millennio, che si tende ormai a definire "postumani", le lunghe storie di questi concetti sembrano doversi intrecciare necessariamente e definitivamente. Si è dunque prossimi alla svolta epocale che consegnerà la riproduzione delle forme di vita alle provette, ai laboratori di ingegneria genetica, alle atmosfere asettiche dei centri di ricerca? La questione è più complessa. È bene innanzitutto chiarire cosa si intende quando si parla di biotecnologie. Il discorso mediatico costruito intorno a questo tema – e ad altri correlati che toccano la sfera tabù della creazione nelle mani degli esseri umani, sottratta ai disegni imperscrutabili del divino e alle leggi imprevedibili della natura e divenuta perciò programmabile – risente infatti di una mancanza pressoché totale di argomentazioni scientifiche, anche solo divulgative, e il più delle volte si ferma allo pseudodibattito sull'eticità o meno di sperimentazioni che coinvolgono in qualche modo la materia vivente.

Il termine più adatto per connotare le biotecnologie è probabilmente "tecnoscienze", parola composta che ne sottolinea in maniera efficace il carattere ibrido situandole a metà strada tra la conoscenza scientifica (e dunque la dignità che si conviene a una disciplina che abbia lo statuto di scienza) e la competenza tecnologica, l'abilità da esperti artigiani e "costruttori" del vivente di cui sembrano essere dotati i ricercatori del settore. Per fugare ogni dubbio ed evitare confusioni bisogna poi aggiungere che le biotecnologie non sono tecniche fantascientifiche che consentono la clonazione degli individui o la creazione di Creature progettate per soddisfare i desideri dei dottor Frankenstein dei nostri giorni. E ancora, esse non sono poi tanto "nuove" come la vulgata vuole far credere. Il lo-

ro cammino parte agli inizi degli anni Settanta, quando la confluenza di diverse tecnologie biologiche e chimiche nel campo dell'ingegneria genetica conduce alla costruzione in laboratorio di una molecola di DNA "ricombinante", la cui sequenza è ottenuta "incollando" frammenti provenienti da organismi diversi (Terragni 2001). Da quel momento la ricerca ha continuato il suo corso indirizzandosi prevalentemente al campo dell'industria agroalimentare e farmaceutica, cioè a due settori in cui l'accentuata concentrazione delle proprietà e la conseguente quantità di capitali a disposizione sono tali da rendere possibili elevati investimenti.

Date queste premesse, le questioni che si aprono al dibattito sono di due ordini diversi. Innanzitutto si può – e si deve – discutere sull'opportunità di consentire l'instaurarsi di logiche proprietarie nel campo dei patrimoni genetici (animali, botanici e infine umani) da parte dei colossi dell'industria, con gli squilibri che ne conseguono e che sono già in parte visibili, per esempio nel settore dell'agricoltura, dove la vendita di semi resi sterili attraverso modificazioni genetiche impone ai contadini di riacquistarli al momento di ogni nuova semina. Da simili constatazioni prende le mosse la critica rivolta dai movimenti ambientalisti e antiliberisti all'uso indiscriminato delle biotecnologie cosiddette innovative e al *copyright* sui geni, considerati – come d'altra parte le conoscenze e il sapere – patrimonio esclusivo del genere umano.

In secondo luogo, si pone un problema dai confini più ampi e sfumati, quello del passaggio dalla riproduzione della vita alla produzione della stessa. L'agganciamento della materia vivente al campo dei valori di scambio ne ridefinisce necessariamente i contorni, adattandoli alle richieste del mercato, dunque a quanto deve risultare "vendibile", capace di produrre profitto nel produrre la vita. In questa cornice si delinea la questione – avanzata da Vandana Shiva (Shiva, Mies 1991) – della necessità di frammentare le forme di vita e lo stesso ciclo vitale in par-

ti o elementi “staccati” e indipendenti tra loro per renderli più facilmente manipolabili, con ciò che ne consegue in termini di rischi per la biodiversità degli ecosistemi e di “passivizzazione” della materia vivente, strutturata in organismi non più autosufficienti ma dipendenti da stimoli esterni per la loro riproduzione.

Senza cedere a tentazioni apocalittiche né a oscurantismi di qualsiasi genere, si può dire semplicemente che il post-umano (come il “post-animale” e il “post-vegetale”) è una categoria pensabile e sicuramente sfruttabile per un miglioramento della vita inteso nel senso più ampio possibile (dunque in termini non esclusivamente materiali, ma anche di suggestioni utili al progresso del pensiero). A patto di non prescindere dall’umano in quanto origine e fine di tutte le tecniche; in particolare di quelle biotecnologiche che, se utilizzate al meglio, potrebbero favorire la nascita di una nuova disciplina (frutto dell’incontro tra economia, scienze sociali e umane e tecnoscienze della vita) che tenga conto dell’irriducibilità al solo fattore economico di fenomeni, ricerche, sperimentazioni e commerci che hanno come “contenuto” la natura. Una sorta di “bioeconomia” ancora tutta da inventare.

Canone letterario
Andrea Miconi

Ricorrente in maniera ossessiva negli studi letterari, il concetto di *canone* (peraltro di origine religiosa) può assumere due diversi significati: quello originario, che lo considera come l'insieme delle regole di composizione, e quello oggi più diffuso, che vede nel canone il *catalogo* delle opere classiche, riconosciute e studiate come tali. In questo senso, si usa parlare di un canone "nazionale" (ben esemplificato, in Italia, dai programmi scolastici: Dante-Petrarca-Boccaccio; Foscolo-Leopardi-Manzoni), così come di un canone "universale" o di un canone "occidentale".

L'interpretazione più accreditata del concetto di canone (cui si deve anche la confusione tra le dimensioni "universale" e "occidentale") è certamente quella del critico nordamericano Harold Bloom (1994). Secondo Bloom, il canone letterario ha una ragione esclusivamente *estetica* e in base a questa "supremazia", ratificata nei giudizi e nelle interpretazioni dei secoli passati, alcuni autori hanno saputo porsi come valori universali nella storia letteraria – così nel caso di Shakespeare, che Bloom individua come l'epicentro del canone, e così per tutti quelli che il mondo occidentale ha considerato "classici" della letteratura. Fortemente antistoricista e dichiaratamente contraria a ogni lettura sociologica o ideologica (o latamente politica), l'interpretazione di Bloom fissa i contenuti e le proporzioni del canone occidentale e la genealogia letteraria che lega i suoi diversi momenti.

Di taglio opposto è invece l'interpretazione avanzata dalle diverse scuole critiche, riassumibili approssimativamente nelle due linee dominanti del post-strutturalismo francese e dei *cultural studies* angloamericani. In base a un'istanza di critica generale alle istituzioni della cultura

occidentale – ben riassumibili, in sintesi, nell'idea che "non c'è canone senza un'autorità che lo ponga" (Onofri 2001) – queste scuole hanno denunciato la natura ideologica, e quindi politicamente costruita, del canone letterario in quanto espressione dell'egemonia dei gruppi sociali dominanti. Questa critica – rispetto a cui le idee di Bloom rappresentano una reazione – ha dunque avuto il merito di porre l'attenzione sulla natura ideologica del canone, senza tuttavia introdurre un'interpretazione effettivamente nuova dello *specifico* della storia letteraria.

Una lettura più fluida dell'evoluzione letteraria – e quindi un'interpretazione più attenta al tema della *costruzione* del canone – si può far risalire al critico Viktor Sklovskij (1925), che ha introdotto il concetto di "canonizzazione della linea minore". Secondo Sklovskij, la storia letteraria si sviluppa su due livelli: un vertice, in cui emergono le opere canonizzate in un determinato periodo, e una base costituita dalla grande massa della letteratura non canonica. Un quadro statico, dunque, soltanto se osservato in termini sincronici: a livello *diacronico*, invece, la storia letteraria risulta un complesso insieme di scambi che spostano i confini del canone, eleggendo – o viceversa destituendo – opere diverse in periodi diversi. Elaborata anche da Bachtin, Tynjanov e Todorov – secondo il quale la codificazione dei generi letterari è una misura della "cornice ideologica" in cui questa scelta viene compiuta (Todorov 1978) – l'idea di Sklovskij costituisce il fondamento di una riflessione sociologicamente più accorta sulle dinamiche di formazione del canone letterario.

Caverne

Alberto Abruzzese

L'immersione televisiva che ha caratterizzato gli ultimi decenni del Novecento ha reso sempre più esile il margine tra l'esperienza della comunicazione e la vita stessa, che i linguaggi dei mass media avevano sembrato dividere e di fatto avevano a volte brutalmente separato. Tutto era già avvenuto quando, ancora alla fine dell'Ottocento, la luce riflessa del film si era accesa nel buio delle prime sale cinematografiche. C'è chi non si è accorto di questa centennale metamorfosi e l'ha accettata come si accettano le cose della natura e chi, pur trovandosi ugualmente a viverla sin dentro il proprio corpo, le resiste sino a sentirla come un'invasione aliena, nemica. Ma a fare da motore dello sviluppo delle forme espressive in cui abitiamo sono stati proprio questi impulsi a resistere ai processi di artificializzazione dell'esperienza: un conflitto perenne tra chi crede di vedere e chi desidera vedere altro, costruire altri territori e dunque altri rapporti di forza.

Sempre, nel farsi progressivo delle civiltà, i mutamenti sociali e le innovazioni tecnologiche si sono manifestati nella forma anfibia del desiderio e della paura. Quest'avventura – che s'è intrecciata alla storia di un secolo terribile e insieme meraviglioso, ricco di morte quanto di emancipazione umana – può essere raccontata come un avvicendarsi di luci e tenebre, teso – nel bene e nel male – a rendere visibile il mondo, a rischiararne identità e relazioni, persone e cose. Si pensi a quanto il cinema e la televisione abbiano dissipato le tenebre della mente costruendo infiniti mondi immaginari – oltre ogni barriera spazio-temporale e oltre la scrittura – eppure sempre più necessari ad avere il senso dei mondi cui apparteniamo e in cui ci riconosciamo. Si pensi al lavoro espansivo e intensivo che i media televisivi hanno compiuto, invaden-

do la notte come il tempo di lavoro, la sfera privata come la sfera pubblica.

Ora – dopo l'affermarsi dei linguaggi del computer – i processi di innovazione nel settore delle comunicazioni si stanno facendo talmente intensi da toccare i miti stessi della visibilità, del farsi degli individui nel mondo, da metterli in crisi alla prova del nostro presente, delle nuove sensibilità che vi stanno insorgendo. Sino a investire persino le grandi metafore originarie della "caverna", proprio il mito che ha costituito il primo grande nucleo della riflessione occidentale sul rapporto tra corpi e immagine, realtà e finzione. E tanto altro ancora di profondo e istintuale: le energie primigenie della Terra e dunque del desiderio (Vulcano e Venere); il doppio regime notturno e diurno della comunità e quindi della morte e della vita (Orfeo ed Euridice); la linea d'ombra tra il ventre materno e il mondo esterno; i geni e mostri che abitano le oscure viscere della foresta e tuttavia alimentano i destini dell'uomo, proteggono eroi, forgiano metalli e incantesimi, custodiscono diamanti e segreti (si vedano in particolare le mitologie nordiche di cui v'è traccia nei paesaggi del primo Romanticismo e poi nelle illustrazioni di saghe e fiabe popolari, sino alle saghe post-moderne degli eroi del Gruppo Marvel, ma anche le immagini dovute al senso panico e primitivo delle culture mediterranee, là dove l'antro cavernoso delle montagne si trasforma nelle grotte fluorescenti del mare, nelle ombre di boschi riflesse ai bordi dell'acqua di fiume, tipico ingrediente dei flussi turistici dal Nord verso il Sud, dall'illimitato viaggiare oceanico al conforto comunitario del mare Mediterraneo).

La millenaria ricchezza simbolica che si è accumulata nel mito della caverna è stata assorbita dall'immaginario ottocentesco e dunque dallo spirito della civiltà industriale e della società di massa: il sottosuolo delle metropoli è stato identificato come il luogo generatore eppure rimosso dello sviluppo tecnologico così come dell'anima dilaniata dal dolore umano, dall'ingiustizia del potere, della

falsità della ricchezza e delle leggi (dalla fabbrica sotterranea di *Metropolis* di Fritz Lang alla miniera di *Biancaneve e i sette nani* di Walt Disney; dai mostri sub-umani, preumani o extra-umani dei racconti di Howard Phillips Lovecraft agli alieni che emergono dal ventre di paleo-astronavi disperse nello spazio).

Prigioni, sotterranei, cloache, città e macchine morte: da queste zone senza luce sempre nuovamente emerge l'ossessione romantica per Atlantide, il luogo sommerso delle magnifiche sorti del progresso; viaggi che non procedono più per estensione ma in profondità; figure che non esprimono il principio di realtà ma l'inconscia consapevolezza di un "mondo reale" e per ciò stesso muto, inattingibile, sacro (quindi fatalmente esprimibile solo attraverso fantasmi o corpi tra la vita e la morte, sfuggenti, ibridi, mutanti). In questi abissi vengono individuate anche le forme produttive che il potere sfrutta e relega ai margini dell'estetica del bello, dell'etica del buono, dell'educazione del gusto: l'altra parte della città, delle sue istituzioni e delle sue rappresentazioni. Ciò che al cittadino appare barbaro e al barbaro la sua nuda vita, la deriva antropologica cui è stata abbandonata dal sapere dei civilizzati. Su questo versante post-moderno viene meno l'esemplare modernità del film *Metropolis* e dello schermo come linguaggio delle metropoli, territori in cui il retroscena del lavoro è immaginato come inferno dei vivi, cuore di tenebra della tecnica, luogo di sfruttamento del proletariato, ma anche matrice – a immagine e somiglianza delle catacombe – di una nuova solidarietà e salvezza.

Tutto ciò che si è articolato tra chiaro e oscuro, superficiale e profondo, emergente e sommerso, adesso, con i nuovi ritmi della globalizzazione – o meglio della potente sintesi cibernetica tra globalizzazione e localizzazione – viene tradotto, trasferito, trasformato dalle nuove piattaforme esperienziali e psicosomatiche dei linguaggi digitali, spintesi assai oltre il cinema e la televisione, sino a toccare la biosfera in cui l'uomo, la natura e

l'artificio si incontrano. I linguaggi delle reti telematiche sono il mezzo espressivo di una corporeità radicalmente diversa da quella delle identità collettive del tempo moderno, dai simulacri di cui si è nutrito, dalle politiche con cui ha dominato.

Il mito della caverna evoca qui un altro processo: le profondità che vi emergono non sono quelle della metropoli, delle mappe geopolitiche, delle differenze tra passato e presente o domicilio e sfera pubblica, ma sono le profondità della persona. Secondo il modo d'essere della civiltà moderna, nella caverna non era dato di vedere, leggere; non era dato comunicare al di fuori. Ora il computer consente di uscire fuori dalla caverna in cui la sfera biologica è stata imprigionata ed è la sua parte oscura a potere comunicare con l'altro.

Al desiderio ecologico di illuminare e bonificare la città sotterranea, di spiegarne in pubblico l'utile e il dilettevole, corrispondono ora rivelazioni ed emergenze di ciò che le forme autoritarie della modernità e dei suoi linguaggi hanno mortificato e represso nell'interiorità dell'esperienza: afasie e analfabetismi dell'infanzia, della senescenza, del femminile e del transessuale, del polimorfo. Di ciò che è immemore e senza storia. Desideri insoddisfatti che premono verso una luce, una messa in relazione che non sia quella riflessa degli schermi, la loro semplice "messa in scena".

Cellulare
Davide Borrelli

> Descrivere il telefono mobile, oggi, significa stilare un rapporto su come siamo, comunichiamo, ci parliamo e ci scriviamo, insomma su come passiamo la maggior parte del nostro tempo. Raccontare il cellulare significa raccontare noi stessi, cyborg del Duemila.

Con queste parole Fausto Colombo (2001) ci suggerisce che il telefono cellulare è ormai diventato una parte di noi stessi, una sorta di protesi naturale, "qualcosa di organico e di inorganico insieme", un dispositivo generatore di nuove pratiche e di nuove grammatiche dell'interazione sociale (Marrone 1999).

Quando nel 1979 la società telefonica svedese Ericsson mise a punto il primo sistema analogico di telefonia cellulare nessuno avrebbe scommesso che da quel momento si sarebbe delineata una rivoluzione epocale nel campo delle telecomunicazioni e delle abitudini sociali. Mentre la telefonia fissa ha annullato le distanze tra i luoghi, con l'avvento della telefonia mobile sono i luoghi stessi a scomparire: la rete mobile, infatti, è sostanzialmente una rete di individui. Il telefonino diventa così, secondo la definizione di Chantal de Gournay, "un'arma per trovare il proprio posto, per inventare il proprio territorio" (de Gournay 1994). Il telefono cellulare – così come ogni altro mezzo di comunicazione portatile – consente all'individuo di inoltrarsi nello spazio esterno portando sempre con sé le abitudini e le relazioni che appartengono al proprio mondo privato, alla propria personale bolla comunicazionale (Aakhus, Katz 2002).

A differenza del telefono fisso, il cellulare non si limita ad aprire e orientare la socialità degli individui verso la dimensione dell'esterno. Esso funziona piuttosto come una

sorta di filo transizionale che consente a chi lo usa di "portarsi la casa addosso" quando è costretto a uscirne. È come se il cellulare servisse a sdrammatizzare le uscite fuori dello spazio domestico. In altre parole, se il più evidente *plus* del cellulare consiste nel potersi trovare sempre altrove e non necessariamente "a casa" per essere reperiti, non si può sottovalutare tra le ragioni del suo successo il fatto che esso rappresenti lo strumento grazie al quale si può essere ovunque ma, in un certo senso, sempre "a casa".

Per effetto del cellulare va sfumando la differenza tra il concetto di casa e quello di individuo, al punto che, si potrebbe dire, ogni individuo "fa casa". Questo fenomeno deve essere contestualizzato alla luce di una tendenza verso il progressivo slittamento da forme di comunicazione incentrate sul nucleo familiare (televisione, telefono fisso) a soluzioni comunicative pensate su misura per singoli individui.

Con l'attuale sistema di telefonia cellulare di terza generazione UMTS (*Universal Mobile Telecommunication System*), il cellulare non si limita più al traffico vocale o di brevi testi, ma è in grado di implementare vari servizi multimediali, aprendo la strada all'Internet mobile. Il mezzo di comunicazione che sta nascendo sull'apparato tecnologico del cellulare è qualcosa di ben diverso da un semplice telefono portatile. Ed è per questo che la denominazione di "telefono cellulare" comincia ormai ad apparire inadeguata e riduttiva e tuttavia significativa della difficoltà che il senso comune avverte nel metabolizzare una discontinuità che è di ordine simbolico prima ancora che tecnologico. Definire gli attuali dispositivi di comunicazione mobile come "telefoni cellulari" fa pensare a una situazione paragonabile a quella per cui oltre un secolo fa si era soliti designare il telefono con l'inappropriata espressione "telegrafo parlante" (Standage 1998). Il fatto è che i sistemi di *wireless communication* di terza generazione sono destinati a promuovere quella che Howard

Rheingold (2002) definisce “la prossima rivoluzione sociale”, una rivoluzione fatta di oggetti intelligenti capaci di comunicare tra loro. Grazie a essi si potranno sperimentare nuove forme di cooperazione e azione collettiva, in grado di trasformare la massa dei consumatori dei media in *smart mobs*, folle intelligenti abilitate ad autorganizzarsi e a rendersi autonomi produttori di comunicazione. Naturalmente, come ogni nuova tecnologia nella storia dei media, anche la comunicazione cellulare rilancerà a livelli sempre più delicati e incisivi la dialettica fra conflitto e controllo sociale e ridurrà a una sottile sfumatura il discrimine tra libertà degli individui e loro totale asservimento ai sistemi di regolamentazione sociale.

Cibernetica
Fabrizio Carli

La cibernetica può essere considerata come una delle ultime scienze olistiche, con vocazione quindi alla comprensione sistematica della realtà. In questo senso si può parlare di una filosofia cibernetica intendendo riferirsi a una specifica *Weltanschauung*, a una precisa visione del mondo.

La parola "cibernetica" deriva dal greco antico e significa timoniere. La sua adozione si deve al matematico Norbert Wiener che nella seconda metà degli anni Quaranta ha utilizzato questo concetto non al fine di conferire legittimità a una nuova scienza quanto allo scopo di sistematizzare una serie di nozioni e problemi che erano patrimonio comune di varie discipline (tra cui la biologia, l'ingegneria, la psicologia, la meccanica).

Nell'intenzione di Wiener la cibernetica doveva essere considerata come una scienza interessata al controllo e alla comunicazione (Wiener 1950). Il concetto di comunicazione in cibernetica assume il senso di interscambio di informazione tra un essere dotato di capacità decisionale e l'ambiente esterno. La decisione muta nel momento in cui esso entra in rapporto con le informazioni provenienti dall'ambiente; a sua volta l'ambiente muta con l'attualizzazione della decisione (l'azione). Wiener era interessato ai meccanismi mediante cui uomini e animali comunicano con l'ambiente esterno. Comprendere questi meccanismi significava poter formalizzare modelli di tali comportamenti e, in ultima istanza, poterli riprodurre indipendentemente dalla fonte che li ha originariamente generati. A questo proposito Wiener affermava che uno degli aspetti più interessanti del mondo sia il fatto che può ritenersi costruito sulla base di modelli.

A partire da questa sommaria definizione emerge l'aspetto più noto della cibernetica: la riproduzione di stra-

tegie decisionali a opera di dispositivi automatici. La cibernetica mutua questo programma d'intenti dalle priorità concettuali dell'epoca: teoria dell'informazione, servomeccanismi autoregolantisi, meccanica statistica, neuroscienze. Ma ancora più urgente appariva un ripensamento complessivo dei modi dell'organizzazione umana, la cui razionalità era stata tragicamente smentita dalle devastazioni della prima e della seconda guerra mondiale. In ultima istanza, quindi, il progetto di Wiener mirava al raggiungimento di tecniche di organizzazione oggettiva che prescindessero dalle scelte contingenti dell'individuo.

A differenza di quanto si può essere portati a credere, la cibernetica delle origini non è affatto una scienza orientata prioritariamente allo sviluppo dei calcolatori elettronici (esistenti già a partire dagli anni Quaranta): essa guarda piuttosto ai calcolatori come a mezzi per il proprio programma di esternalizzazione di comportamenti e scelte. In *Introduzione alla Cibernetica* (ib.) infatti prevale una panoramica sul comportamento umano e animale orientata dal concetto di informazione. L'informazione è definita come il grado di organizzazione di un ambiente, ovvero come sequenza di istruzioni che l'ambiente trasmette all'organismo decisionale e che questo, a sua volta, trasmette all'ambiente. In questo interscambio si stabilisce un equilibrio del sistema organismo-ambiente.

Proprio l'attenzione rivolta al concetto di informazione come forma d'organizzazione distingue il paradigma cibernetico di Wiener, basato su sistemi autonomi, da quello di John Von Neuman, fondato su sistemi eteronomi.

La maggior parte dei computer sono progettati secondo il paradigma di quest'ultimo. I suoi sistemi eteronomi sono caratterizzati da una sostanziale corrispondenza tra interno ed esterno derivante dalla rappresentazione (programma) che il progettista o il programmatore ha dell'ambiente. In questo senso il sistema non procede a un'autonoma creazione di senso che gli proviene dall'analisi dell'ambiente esterno, dai suoi vincoli e dalle sue vicissitudi-

ni. Il senso è al contrario implementato da un agente intermediario e il sistema si limita a processare una catena monocausale di input che trasforma, secondo istruzioni, in dati in uscita. In questo senso il sistema è detto eteronomo. Questa logica è quella che presiede, nella maggior parte dei casi, all'approccio informatico.

Wiener concepisce invece i sistemi come operazionalmente chiusi e dunque autoreferenziali, cioè funzionanti in base a un punto di vista interno continuamente modificabile. Il meccanismo di confronto con l'esterno è definito *feedback* o retroazione e nella valutazione che il sistema compie, oltre agli input dell'esterno, pesano anche le valutazioni dei risultati delle proprie azioni verso l'ambiente. In ogni istante il sistema corregge la propria azione confrontando il risultato dell'azione precedente con il proprio scopo: in altre parole, il sistema tiene conto delle proprie azioni sull'ambiente. Quest'impostazione è detta "simulazionista": essa riproduce cioè un pensiero intelligente e non si limita a trattare adeguatamente un flusso di dati.

Nel paradigma eteronomo la progettazione deve necessariamente contemplare con esattezza la natura dei dati trattati (come avviene nella programmazione ordinaria e *object oriented*). Nei sistemi autonomi la natura dei dati trattati è, entro una certa misura, variabile.

Verso la metà degli anni Cinquanta la cibernetica di Wiener lascia il campo agli studi sull'Intelligenza Artificiale. I principali artefici del passaggio al nuovo paradigma sono Herbert Simon, John McCarthy e Marvin Minsky. Ciò che differenzia l'approccio dell'Intelligenza Artificiale da quello della cibernetica è lo spostamento del focus dall'informazione al pensiero: non si tratta più di riprodurre comportamenti intelligenti ma di creare sistemi che siano in grado di apprendere fino a sviluppare autonomamente veri e propri "comportamenti intelligenti".

L'approccio cibernetico è oggi al centro di un rinnovato interesse, per la sua capacità di rapportarsi a problematiche relative alla simulazione e all'elaborazione di realtà virtuali.

Cinema

Alberto Abruzzese

Il cinema nasce negli ultimi anni dell'Ottocento, dunque al culmine delle capacità simboliche della metropoli (si pensi al significato spettacolare e fantasmagorico della Grande Esposizione Universale di Parigi nel 1900) e proprio negli spazi di intrattenimento pubblico della città vennero distribuiti e consumati i primi film: per la prima volta la massa accedeva a un linguaggio la cui caratteristica tecnica era in grado di offrire una costruzione semantica della realtà, che nei linguaggi espressivi precedenti era stata affidata prevalentemente alla compatibilità tra elaborazione dell'autore ed elaborazione del fruitore. Con il cinema l'effetto di verosimiglianza della fotografia, nata più di cinquant'anni prima, compie un salto ulteriore. Il suo apparato di produzione testuale si spinge oltre il rapporto tra l'autore e i mezzi che gli sono necessari per esprimere parole, immagini o suoni: ora è il medium in sé a determinare la piattaforma espressiva di base, senza l'apprendimento di nessun codice linguistico che non sia quello "naturale" dell'uomo, senz'altra cornice che non sia quella dell'esperienza vissuta. Lo schermo dava modo di entrare – per "incanto" – in un nuovo territorio dell'esperienza umana attraverso il puro e semplice dispositivo tecnico su cui si fondava: la duplicazione e rielaborazione del territorio reale in una realtà percettiva altrettanto intensa.

Per affrontare la problematicità del linguaggio filmico dal punto di vista dei precedenti canoni della comunicazione e della rappresentazione non basta limitarsi a considerare il cinema come una forma di fluidificazione delle forme espressive della tradizione (pittura, letteratura, teatro, musica) che ha indebolito la loro autorità aprendosi verso elementi a loro esterni, provenienti in modo diretto, immediato, da aree di produzione e consumo assai più

estese rispetto a quelle dell'informazione e delle arti. È vero anzi che questo percorso può essere rovesciato in direzione opposta: il cinema – almeno un certo cinema, quello che è stato cooptato nella tradizione dell'arte e in particolare della narrazione letteraria e dei suoi innesti nella messa in scena teatrale – può essere considerato una forma di scrittura mascherata, scrittura che rinuncia alla propria visibilità per limitarsi a essere il codice costitutivo della sceneggiatura e della critica (a monte e a valle della produzione e del consumo di immagini audiovisive).

La rinuncia della scrittura ad apparire si spiega qui con una tradizione alfabetica che non vuole rinunciare al proprio dominio storico sulle esperienze del corpo e sulle immagini di mondo con cui tali esperienze si intrattengono, e dunque vi penetra "dentro" per animarle di forme interiori conformi alla propria origine e alla propria soggettività. Essa è infatti una tradizione legata al mandato sociale di un rapporto asimmetrico tra scrittore e lettore; a un'etica dello spettacolo in cui lo spettatore è suddito di forme di conoscenza che non gli appartengono, non sono di sua proprietà, non sono alla sua diretta portata. Il cinema dunque, centrato sull'asse della sua effettiva progressione storica, può essere interpretato come una forma di scrittura che opera sui rapporti spazio-temporali della messa in scena, liberandola dalle costrizioni dello spettacolo dal vivo senza tuttavia dover rinunciare alla visibilità dei luoghi e dei corpi; liberandola dalla sua accidentalità e dalla sua evanescenza senza che debba rinunciare all'emozione dell'evento. Ma accrescendo così anche la possibilità di controllarla, di sottrarla a un'esperienza ingovernata.

Sotto questo profilo il cinema si mostra come forma di ri-pensamento delle immagini a mezzo delle immagini; come assoggettamento di queste alla determinazione scritturale del pensiero storico; come forma espositiva e persino discorsiva della datità del mondo e delle cose, ma la cui esteriorità è tutta affidata all'interiorità mentale della pa-

rola, appunto ai vincoli in cui la scrittura ha strutturato l'oralità dando ordine e continuità al pensiero. Questa specifica applicazione autoritativa della vocazione del cinema a essere un nuovo territorio dell'esperienza ha assunto il dispositivo progettuale della sceneggiatura in quanto "design" della messa in scena; regia concettuale, cognitiva, della realtà di per sé incoerente degli oggetti. Si tratta dunque di un linguaggio che è strategia di comando perfettamente aderente alle pratiche e alle ideologie del "progetto moderno" con tutta la sua ambizione intellettuale di ri-ordinare il mondo, razionalizzarlo, renderlo socialmente funzionale.

Arrivando a governare il cinema come dispositivo tecnologico della visibilità del mondo, la scrittura si è rafforzata sopra ogni altro precedente suo limite espressivo, toccando dimensioni sociali che, dati gli stretti confini che la società di massa ottocentesca aveva potuto concedere ai processi di alfabetizzazione, sarebbero state irraggiungibili nello spazio della lettura. Così il consumo cinematografico, vincolato rigidamente alla scrittura, ha reso possibile un'intera epoca di socializzazione delle forme di vita della civiltà moderna e dei suoi rapporti di potere. Tra cinema e Novecento – o meglio quella porzione di tempo, tra gli anni Trenta e gli anni Ottanta, che Eric Hobsbawn ha opportunamente definito "secolo breve" – vi è stata una perfetta simbiosi.

È in questa imponente cornice di massa – massa socialmente strutturata – che il film ha avuto una sua specifica funzione nel tradurre le forme della narrativa in uno standard comunicativo adatto ad assecondare proprio il processo di sviluppo con cui nella società di massa la quantità andava convertendosi in qualità, assegnando così al linguaggio cinematografico – in quanto testualità spettacolare e insieme lineare – la stessa funzione di egemonia culturale e testimonianza sociale (memoria, progetto, educazione) assolta dal romanzo settecentesco, ottocentesco e primonovecentesco. Questo è stato possibile non solo

grazie a quanto delle tradizioni narrative è tra-passato nel cinema come riproduttore e amplificatore di ogni genere di racconto, ma grazie anche ad alcune specifiche qualità “impositive” del mezzo meccanico su cui è bene insistere.

La narrativa cinematografica ha esasperato ciò che solo una lettura imposta in nome di una forte autorità – fosse quella delle sacre scritture o quella dell’apprendimento scolastico o dei codici giuridici – poteva garantire, e cioè il dettato religioso, sapienziale o sociale di non interrompere la linearità del testo, non frantumarlo, sospenderlo, correggerlo, tradirlo. Il comandamento di doverlo consumare proprio nella sua interezza, parte integrante del suo significato e degli scopi per cui è stato prodotto; la decisione irrevocabile di immergersi nella pagina per sfuggire ogni tentazione che le sia esterna, dunque profana. In una splendida congiunzione tra interessi sociali e profitti dell’industria culturale, gli apparati cinematografici si sono modellati su un tipo di produzione e fruizione che non consente interruzione e che occupa il tempo libero, lo spazio pubblico della distrazione, per crearvi invece un luogo di attenzione estrema in cui sfera collettiva e condizione individuale sono chiamate – condotte, sedotte – a convergere.

Ma non è soltanto questo il cinema che lo spettatore cinematografico ha amato e di cui è stato, diversamente dal suo rapporto con il libro, il vero referente e quindi l’autentico esperto. Il discorso sul canone cinematografico non si può chiudere qui, con la sua subordinazione al canone letterario della scrittura, tanto più non lo si può chiudere quando esso si mostra elastico e aperto verso la sperimentazione o la para-letteratura. C’è qualcosa in più che nel cinema ha funzionato al tempo stesso insieme e contro la scrittura, nel senso del moderno ma anche contro i suoi domini. La dinamica di sviluppo dei linguaggi cinematografici non appartiene a un canone interamente allineato con quelli storici ma ha invece dato inizio alla dimensione anticanonica che oggi si rivela pienamente

nelle reti del cyber space e nei mondi virtuali resi possibili dai linguaggi digitali. Di questa centralità del cinema, tengono conto alcuni testi in cui la riflessione sulle pratiche della multimedialità digitale non è teorica o estetica ma è strettamente connessa al suo effettivo uso creativo (Manovich 2001)

Il problema che stiamo trattando non può restare all'interno del rapporto tra cinema e canoni letterari e neppure tra cinema e altri canoni artistici. Ricorrendo ai rapporti con il teatro, la musica, la pittura e la scultura, il mezzo cinematografico trovò certamente una sua più specifica definizione e questa sua maggiore specificazione socioculturale si deve ai primi studi sul cinema e a chi in tempi più recenti ha ripreso lo studio sul cinema primitivo. Tuttavia, per quanto le teorie ed estetiche del cinema come ibridazione di altre estetiche siano state in grado di riconoscere la sua complessità e in più casi di intuire anche la sua natura critica, anti-canonica, esse attribuiscono alla definizione del prodotto filmico uno statuto di opera o troppo forte o troppo debole: troppo forte perché, inserendolo nella stessa cornice delle arti storiche, lo sopravvalutano; troppo debole perché, inserendolo al di là delle forme di produzione e di consumo dell'arte, lo sottovalutano. Una teoria che faccia riferimento comunque solo alla dimensione estetica tradizionale – e dunque a un discorso attinente alle forme o ai contenuti ma non al mezzo in quanto sostanza invece che passivo strumento del processo creativo – ci dice troppo poco riguardo alle manipolazioni che il lavoro cinematografico (lavoro del produttore e lavoro del consumatore) ha operato sui canoni dei precedenti altri linguaggi di cui immediatamente e progressivamente si è appropriato. Ci dice abbastanza solo sul piano della intertestualità. A questo proposito, "riduzione" e "adattamento" sono i termini professionali con cui si definisce in particolare il lavoro di traduzione di un romanzo in film. Possiamo estendere il senso di questi due termini.

Il lavoro cinematografico riduce e adatta alle proprie forme ogni altra precedente arte, ciascuna con la sua radice in specifiche tradizioni di critica, di pubblico e di apparato produttivo. Ma per modificarla, al tempo stesso l'accoglie in sé e nel farne oggetto di un procedimento esteticamente consapevole la riconosce, per quanto ne muti radicalmente lo statuto (procedimento che è effetto e causa di quello scambio reciproco di contaminazioni tra arti tradizionali e arti della riproducibilità tecnica a cui hanno fatto ricorso anche fenomeni letterari e artistici come il *nouveau roman* oppure la *pop art*). Riconoscendo nel cinema un ibrido di arti pre-esistenti, la loro unica possibilità di integrarsi in una forma che non ne tradisca il senso risiede nei dispositivi valoriali dell'estetica (quando essa sia intesa soltanto come mondo delle forme ideali) o del mercato (quando esso si concepisca solo come pubblico e non come soggettività emergente della tecnologia in quanto tale). Seguendo questi modelli critici, non potremo mai arrivare a chiarire né l'effettiva originalità del cinema, la sua forza, quella che lo ha caratterizzato nella società di massa novecentesca, né il punto di catastrofe, in cui – analogamente alla narrativa scritta – oggi anche il cinema narrativo si trova a sopravvivere.

Il punto di rottura da cui partire non è più la curvatura paraletteraria con cui il cinema si è allontanato dal canone delle scritture della tradizione colta e si è allineato in prima posizione sui canoni dei prodotti di massa, sulle narrazioni che ammantano gli oggetti di consumo. Il punto di rottura non è più da trovare nella continuità/discontinuità dei testi, della loro capacità rigenerativa di trasmigrare da una cornice testuale all'altra, di tradursi in altri codici, ma va cercata lungo i confini tra diversi mondi della percezione, lungo le linee di confine tra un territorio e l'altro dell'esperienza, là dove si distinguono le differenze tra i nativi di queste diverse territorialità. La lacerazione che dobbiamo rintracciare è dunque proprio in quell'evento di rigenerazione – rigenerazione della vita umana,

dell'abitare e del sentire – che fu la nascita del cinema e di cui sino a oggi non si è interamente messo in rilievo il profondo significato di mutazione socioantropologica dell'intera società civile. Si è lasciato invece che la portata generale di questo evento venisse celata e sottostimata dal carattere limitato e settoriale di una semplice mutazione estetica. Invece di cogliere la metamorfosi del mondo, si è colta una metamorfosi del testo.

In quell'evento ci fu certamente la rigenerazione di forme espressive già consumate che l'ibridazione espressiva del cinema rimetteva in moto e che da allora le teorie del film hanno cercato di ridurre a un metacanone in grado di distinguersi dai canoni delle arti precedenti pur allineandosi nella loro stessa tradizione sociale. Ma si è trattato tuttavia di un'operazione che, tentando di consegnare uno statuto forte anche al cinema, ha finito per riconoscere l'autorità degli statuti precedenti o quantomeno della necessità in quanto tale di uno statuto artistico (non a caso, un problema squisitamente idealistico e su queste basi mai risolto e mai risolvibile, fu quello di legittimare la presenza della tecnologia e del mercato nello spazio della creazione artistica).

Sulla con-fusione delle linee di confine tra cinema e narrazioni letterarie è ben difficile trovare la qualità di un canone cinematografico autonomo e non subordinato, falsificato, un canone realmente differente dai precedenti. Il cinema risulta qui o troppo deferente nei confronti dei suoi modelli o troppo impertinente a causa della sua eccessiva apertura verso altri valori e altre cornici dell'espressività. La qualità del cinema va cercata invece in una frattura socioculturale e antropologica che gli sta dentro sin dal suo avvento e che, proprio per la sua scandalosa anti-letterarietà, non è stata messa debitamente in luce.

Tale frattura, per quanto senza precedenti storici, non è stata negoziata e legittimata dalle istituzioni del sapere come origine, genesi di altro. Dunque non è servita a condizionare il tipo di interpretazioni e di istituzionalizzazio-

ni che il cinema ha avuto nella società. Anzi, al significato più profondo di quella frattura originaria si contrappone proprio la misura "aurea" del "cinema classico", il quale, grazie alle sue straordinarie capacità di integrazione formale della pluralità dei linguaggi espressivi storici, ha saputo fornire quello che in larga misura è stato considerato l'unico canone possibile per il film, l'unico davvero riconosciuto e riconoscibile: mettere in vista l'immaginario collettivo. Un canone di second'ordine. Debole rispetto alla qualità estetica dei modelli storici dell'arte, ma forte rispetto ai conflitti del mondo reale, di cui riesce a fornire una mediazione dialettica e dunque un modello di rappresentazione dinamico.

Il riferimento alla natura dialettica del cinema non è arbitrario (ed è un nodo teorico e programmatico di Sergej Ejzenštejn e David Wark Griffith, due padri fondatori della regia cinematografica): rimanda alla sua conformazione tecnica e dunque alla natura di "contrasto" e insieme "sintesi" dei rapporti tra un linguaggio e l'altro (immagine, parola, musica); rimanda alla drammatizzazione dei rapporti antitetici tra figure e sfondo, già tipica della fotografia; rimanda infine alla morfologia del racconto che il cinema ha rafforzato sino a esserne un perfetto modello interpretativo e operativo (Ejzenštejn a questo proposito rimanda a Charles Dickens o a Walt Disney): dall'incidente, che rovescia il positivo in negativo, muove lo sviluppo di situazioni di conflitto che culminerà nella sua ricomposizione finale.

Il modello dialettico rimanda anche alla specifica strutturazione degli elementi di base del linguaggio filmico assunti dal cinema, allorquando – dovendo raccontare, sviluppare il suo stesso intrattenersi con lo spettatore, e dovendo quindi uscire dall'incanto di quest'ultimo per la sola visibilità e vivibilità di un mondo schermico – la produzione cinematografica ha affrontato il problema di una sua formalizzazione semiotica. Il trapasso dalla dimensione del primo cinema, dalla sua natura di puro e semplice

evento percettivo ed emotivo, alla dimensione testuale dell'opera filmica si realizzò attraverso il taglio e la giustapposizione (montaggio) di inquadrature e sequenze grammaticalmente e sintatticamente riorganizzate secondo la strategia del "campo", "fuori campo" e "controcampo", assegnando così allo sguardo-mente dello spettatore il compito di esserne la mediazione necessaria a connetterle in forma di narrazione.

La negoziazione sociale dell'uso di questi dispositivi dialettici ha rapidamente riconsegnato alla scrittura la fragranza dell'evento cinematografico, sia perché i dispositivi di controllo politici hanno la vocazione di sfruttare ma anche reprimere le zone di grande eccitazione percettiva e sensoriale, sia perché l'industria culturale di massa in una società accentrata e verticale come quella del secolo breve non poteva ancora permettersi strategie di mercato determinate interamente dal basso. Tuttavia, la fortuna del consumo cinematografico ha sempre attinto all'intensità anti-alfabetica della sua origine. Al contrario di quanto pensano gli storici e critici del cinema, i film della sua "maturità" hanno sempre avuto in sé – in forme più o meno operative – la sostanza dei film cosiddetti "primitivi".

Privilegiare l'analisi del canone cinematografico classico – quello che abbiamo detto conforme alla continuità dei canoni precedenti – significa portare il discorso dentro la centralità che il cinema ha storicamente avuto e ancora in parte ha sul versante degli autori, su quello dei produttori, su quello delle teorie e della critica, infine persino del pubblico. Centralità che ora esibisce i segni di un mercato di nicchia (quando il cinema li supera significa che non è la scrittura ad avere realizzato il miracolo, ma il primitivismo dei consumi). Al contrario, l'analisi del cinema primitivo e la sua rivalutazione ci consentono di comprendere quanto la dimensione originaria del cinema e la dimensione attuale delle immagini digitali costituiscono gli opposti estremi in cui si fa correttamente leggibile lo "scarto" dei prodotti audiovisivi rispetto ai

canoni occidentali dell'arte. Ciò che si è sviluppato nel mezzo tra questi due estremi epocali, tra il cinema primitivo e i linguaggi del presente, consiste proprio nella grande avventura novecentesca dello spettacolo cinematografico, forma espressiva così moderna e industriale da essere la forma per eccellenza della società di massa. Un prodotto culturale tanto controllato dalla tradizione estetica dei canoni artistici da suddividersi in una scala di gerarchie qualitative che ha visto al primo posto il film come opera d'arte (statuto sempre comunque faticosamente, ambiguamente e persino opportunisticamente concesso dai parametri della cultura alta) e, al di sotto del film di qualità autoriale, canonizzazioni di secondo ordine quali il cinema di spettacolo, il cinema sociale, il cinema educativo, il cinema di intrattenimento, il cinema-spazzatura. Nulla, del resto, che non sia formulato anche nel campo letterario e paraletterario dei generi di consumo prodotti dall'editoria scritta.

La lacerazione che il cinema ha introdotto nelle forme di rappresentazione e comunicazione è leggibile nel suo primo avvento perché in esso l'immagine filmica ancora sfuggiva ai dispositivi della scrittura e alle culture dell'arte (comunque sempre assoggettate alle capacità enciclopediche e metalinguistiche della scrittura). Lo spettatore cinematografico primitivo esprimeva la sua particolarità nell'essere un abitante della metropoli, una figura delle peregrinazioni distratte, deviate dentro lo spazio urbano (Benjamin 1936). Nella verginità dei suoi primi sguardi sullo schermo, questo viaggiatore urbano si è trovato di fronte a un linguaggio in cui, come si è detto, era il mezzo tecnico a fare da messaggio, da contenuto dell'esperienza. Appartiene dunque a un pregiudizio canonico delle estetiche tradizionali l'idea che il cinema, per esserci, debba raccontare qualcosa. Tranne che nelle scelte programmatiche della grafica e della poesia verbo-visiva, la scrittura resta un puro e semplice veicolo se non serve a dare forma a un testo, a un programma comunicativo. Il cinema, potremmo dire, non è un

veicolo, è un punto di arrivo, un ingresso, un accesso. È anche una nuova persona, nuova rispetto alla persona pre-cinematografica e a quella stilo-grafica, alfabetizzata. Lo spettatore delle origini ha provato dunque l'emozione del mezzo in quanto tale, del dispositivo in sé; ha provato lo stupore per una macchina in grado di fantasmatizzare e sdoppiare il mondo, il proprio abitare. Non ha visto ciò che il cinema faceva vedere, ma ha sentito ciò che il cinema era.

Tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento l'uomo massa era entrato in una dimensione visionaria che si offriva nel piacere assoluto della sua stessa fruizione, del suo puro apparire: qualsiasi elemento narrativo era un pretesto per far provare l'effetto di un'esperienza inedita, per bloccarsi nella contemplazione di un "effetto speciale". La pittura – da Giovanni Battista Piranesi a John Martin – aveva lavorato sugli stati di alterazione della percezione; così avevano fatto le fantasmagorie e i panorami; anche la narrativa e la poesia – da Poe e De Quincey in poi – avevano toccato punte in cui la suggestione visionaria infrangeva la scrittura e assorbiva in sé ogni sua contestualizzazione sociale. Tuttavia, solo il cinema nella sua integralità di innovazione tecnologica consentì di accedere all'esperienza del sublime tecnologico – dell'artificio in sé – in modi intensivi ed estensivi sino allora irraggiungibili. Lo spazio filmico – in questa sua prima natura di visione della visione, spettacolo dello spettacolo, alterità dell'alterità – non si apriva alla contiguità tra testi e società, all'enciclopedia delle situazioni drammatiche disponibile nei sistemi di comunicazione formalizzati e nei loro mercati; ma consegnava il corpo dello spettatore all'esperienza viva, *hic et nunc*, di una rivalsa sensoriale, di un scelta sostitutiva, di un'affermazione identitaria sradicata da ogni altro contesto che non fosse il piacere in sé dello straniamento: evasione voluttuaria, dunque, zona di fuga dal tempo prefissato e controllato dello spazio sociale.

Anche se il mondo teatrale e circense (quello da cui partì il cinema di Méliès) insieme a quello della vita quoti-

diana, alla sua teatralità minuta (da cui partirono i fratelli Lumière) costituivano già la matrice di una prima piattaforma narrativa pronta a estendersi nel giro di pochi anni nella sfera del racconto collettivo, è indubbio che la vera natura del linguaggio filmico originariamente si è mostrata nella sua assoluta differenza rispetto alla tradizione dei canoni estetici attribuiti alla letteratura, sia per quanto riguarda le forme sia per quanto riguarda il loro consumo. Le favole, le scenette comiche o edificanti del primo cinema si offrivano allo sguardo con la stessa meraviglia istintiva, psicofisica, con cui sullo schermo apparivano le cose del mondo e questo stesso loro apparire era fonte della specificità dell'evento.

Se questo è il modo corretto di leggere il cinema primitivo, questa sua originaria dimensione antinarrativa e antiletteraria può essere ritrovata nella direzione finalmente in tutto anticanonica solo nell'epoca ora appena iniziata dei linguaggi digitali e in particolare nella natura dei video-giochi, che si mostra decisamente oltre-narrativa (là dove narrazione significa una precisa spaziatura tra il soggetto che narra e il soggetto che ascolta) e dunque anche oltre-cinematografica e oltre-televisiva. Ma, se è giusto stabilire questa analogia tra due passaggi di secolo – primi anni del Novecento e primi anni del Duemila – e dunque vedere nella svolta cibernetica il rilancio del cinema primitivo, allora bisogna interrogarsi sul fallimento di quest'ultimo. L'offerta di una tecnica di tipo radicalmente diverso dal passato avrebbe avuto bisogno – per negoziarne l'uso in una direzione diversa da quella che fu effettivamente presa – di un mondo nuovo, di nuovi contenuti sociali. Non fu così. Ed è per questo che la sorpresa e la fascinazione per la tecnica cinematografica, entrando nella spirale degenerativa di una ripetizione senza innovazione, ridusse le potenzialità di mercato della produzione cinematografica. Essa, per stornare i pubblici degli altri prodotti sul nuovo prodotto, ebbe allora il bisogno di veicolare narrazioni e conseguentemente di ricorrere alla

scrittura. Consegnò le “porte” sul nuovo mondo degli schermi ai nativi del testo scritto.

Infatti, a venire in soccorso della prima crisi del cinema come pura e semplice visione, saranno proprio gli scrittori: da quel momento – siamo verso la fine degli anni Dieci – la qualità primitiva dello spettacolo filmico costituirà la cenere di un fuoco che gli apparati della cultura tenderanno a sfruttare dentro le trame del racconto, ma anche a normalizzare – come per ogni altra droga, ogni altra alterazione del corpo ed eccitazione dei sensi – dentro i confini di un costante controllo strategico sulle pulsioni visionarie ed evasive del soggetto moderno.

Collezionismo

Alberto Abruzzese

Per collezionismo si intende l'azione di raccogliere e custodire oggetti di qualsiasi natura e provenienza a fini scientifici e/o amatoriali, seguendo specifici criteri di ricerca, selezione e catalogazione, sia nel campo delle scienze umane che in quello delle scienze naturali. Sia nei confronti di ogni oggetto investito di un suo particolare significato e valore: dagli orologi a muro alle automobili, sino alle scatole di fiammiferi o alle ciocche di capelli. Si tratta di una pratica imitativa e ripetitiva, attenta alle variazioni tra serie di prodotti uguali o simili. Le logiche del collezionismo sconvolgono le logiche ordinarie del mercato. Nel loro campo il valore è riferito, non solo alla qualità e alla rarità dell'oggetto, ma anche all'intensità del desiderio di chi lo ha prescelto. L'intento personale del collezionista può tendere alla vocazione bulimica per un accumulo indiscriminato di pezzi o alla vocazione selettiva per criteri tematici, estetici, storici, privati, segreti.

Muovendo dalle antiche radici religiose, regali e aristocratiche che hanno indotto a raccogliere in uno stesso luogo i prodotti dell'arte, della natura e della tecnica, il valore rituale – assunto dalla ricchezza spirituale e materiale dei beni conservati, resi oggetto di culto e di meraviglia, simbolo di continuità e sopravvivenza alla morte – si è trasmesso al collezionismo privato, che mette in luce componenti di forte individualismo: pulsione personale a possedere l'oggetto – e a specchiarsi in esso – come simbolo di qualcosa d'altro. È questa spinta narcisistica e feticista a costituire le basi di ogni "archivio della memoria", dalle grandi collezioni del principe alla raccolta di francobolli o ceramiche dei ceti medi. Le Esposizioni Universali hanno rielaborato la sacralità originaria del collezionismo, calandolo nel mondo delle merci e dei consumi. Parallela-

mente, il costituirsi degli Stati nazionali ha favorito la mortificazione del desiderio di possesso propria del collezionismo con l'istituzione del Museo, luogo in cui gli oggetti del passato, classificati e disposti nello stesso ordine mentale della cultura scritta e nelle stesse forme del monumentalismo urbano, vengono affidati alla sfera pubblica. La più recente tendenza a trasformare il regime autoritativo e didattico del Museo in una serie di spazi aperti a mostre ed eventi spettacolari recupera per un verso la tradizione ostentativa della proprietà privata del principe e per altro verso quella delle fantasmagorie delle Grandi Esposizioni. Il collezionismo si rivela dunque, non solo come matrice dello sviluppo dei musei e delle mostre a carattere pubblico, ma anche dei luoghi in cui si fa maggiormente visibile, forte, il rapporto tra identità del soggetto e qualità simbolica degli oggetti di consumo: dal negozio sino ai messaggi pubblicitari.

Un settore specifico del collezionismo riguarda gli amatori di film o fumetti, periodici o altro medium che si costituisca come oggetto di culto per un'attenzione in cui lo specialismo e la competenza sono sorpassati dall'intensità emotiva di chi, possedendo tali supporti, si impossessa anche dell'immaginario di cui sono veicolo. Collezionisti di questo genere costituiscono una forma di sapere assai diversa da quella dello storico o del sociologo. Perdono in lucidità critica, ma qualche volta guadagnano in capacità istintive di interpretazione, cogliendo ciò che il regime razionale dei metodi sapienziali stenta a "sentire".

Computer
Davide Bennato

Se si considera la sua capacità fondamentale, ossia quella di trattare enormi quantità di dati digitalizzati (testi, suoni, immagini, filmati), il computer appare come una macchina sofisticata utilizzabile per l'elaborazione delle informazioni. Una simile definizione ne sottodimensiona tuttavia la portata e il significato culturale, trascurando del tutto il suo importante ruolo di "metafora" (Bolter 1984). La storia del computer è, infatti, anche una storia di cambi successivi di paradigmi di pensiero e di concezione d'uso, oltre che tecnologici.

Il computer riunisce in sé tecnologie molto diverse, sviluppate nel settore dell'orologeria, delle macchine a vapore e dell'elettromeccanica. Al momento della sua comparsa (nella forma rozza della macchina a ingranaggi), esso si presenta come uno strumento di calcolo (Williams 1985). Tecnologie di questo tipo sono presenti sulla scena scientifica fin dal XVI secolo, ma solo con la rivoluzione industriale diventa possibile costruire macchine in grado di elaborare complesse tavole algebriche. Questo primo paradigma si può definire "computazionale" (dal latino *computare*, "fare i calcoli"). Durante la seconda guerra mondiale le macchine per fare calcoli si arricchiscono del fondamentale contributo della tecnologia elettronica, allora nella sua fase nascente. Si afferma il paradigma "informazionale": il computer diventa uno strumento in grado di trattare grandi quantità di dati, non solo numeri ma anche parole e interi archivi di informazioni. Tutto quello, insomma, che può semplificare lo sforzo bellico e risultare utile a fini strategici. Sarà la cibernetica, la disciplina che studia il "funzionamento" di uomini e macchine utilizzando il concetto di informazione come processo esplicativo (Heims 1991), a fornire un'interpretazione compiuta di questo paradigma.

In questo periodo il computer è però ancora uno strumento di nicchia, per nulla "calato" nei processi sociali e culturali del tempo. Per assistere ai cambiamenti che ne rivoluzioneranno la concezione, avvicinando le sue forme e i suoi utilizzi a quelli di oggi, si dovrà attendere la seconda metà degli anni Settanta (Freiberger, Swaine 1984). È in questi anni che, grazie alla possibilità di miniaturizzare le componenti elettroniche offerta dagli studi sul transistor, il computer si libera dalle sue dimensioni imponenti di complesso marchingegno e comincia ad attirare su di sé l'attenzione di organizzazioni e imprese. È il momento del paradigma "comunicazionale": il computer si avvia a diventare un vero e proprio medium. La sua diffusione sociale aumenta e conseguentemente si sviluppa un immaginario specifico.

La messa in commercio del personal computer (il computer pensato per l'uso individuale) da parte dell'IBM e il lancio sul mercato del Macintosh da parte della Apple nel 1984 segnano il momento in cui il computer impone la sua presenza nel quotidiano (Turkle 1993): il modo di produzione cosiddetto "postindustriale" lo elegge a tecnologia di punta per la gestione dei processi economici (Lyon1988). Parallelamente si sviluppa il mercato dell'home computer, che si occupa di progettare macchine destinate all'uso domestico. Nascono i primi videogiochi. L'industria musicale sperimenta nuove sonorità create da apparecchiature basate sull'informatica (sintetizzatori elettronici e campionatori). La produzione pop sfrutta l'impatto della nuova tecnologia: compaiono film, fumetti e serie televisive ispirate in qualche modo al computer e alla cultura a esso legata. Il computer si conquista la simpatia della stampa tanto che nel 1983 la rivista «Time» lo elegge "uomo dell'anno" (Friedrich 1983).

Negli anni Novanta, Internet funzionerà da "moltiplicatore" della tendenza a concepire il computer come mezzo di comunicazione: pur essendo due tecnologie completamente diverse, nell'immaginario comune il computer e

la rete sono ormai considerati inscindibili. Tuttavia senza l'introduzione delle interfacce grafiche – le "zone" in cui entrano in contatto e comunicano le logiche della macchina e le esigenze degli utenti – il computer non avrebbe conosciuto un successo simile e non sarebbe mai diventato un medium "maturo" (Anceschi 1992).

Per la forte influenza culturale e simbolica esercitata dal computer, sociologi, economisti e "futurologi" hanno parlato di "rivoluzione informatica", indicando in esso un soggetto forte di mutamento sociale (Toffler 1981). In realtà, sebbene abbia modificato radicalmente alcuni specifici processi, il computer non è uno strumento rivoluzionario in sé; piuttosto si è inserito e sviluppato entro precise dinamiche politiche e industriali all'interno delle quali ha provocato cambiamenti anche molto importanti sia sul piano produttivo che su quello simbolico.

Comunicazione politica

Alberto Abruzzese

La ricerca sociologica sulla comunicazione politica gode ormai di una grande tradizione. Ha seguito puntualmente gli snodi epocali da un medium all'altro delle politiche moderne, sino a concentrare la sua attenzione sullo stretto rapporto tra televisione e politica-spettacolo. Qui la difficoltà maggiore è consistita nelle resistenze teoriche e ideologiche ad accettare il ribaltamento del punto di vista sociologico da assumere: passare dall'osservazione degli attori sociali e dei loro orientamenti politici agli attori dell'immaginario audiovisivo e dei loro stili di vita, dei loro consumi, dell'uso del loro tempo libero. Persino l'ingresso della comunicazione politica nei mondi di Internet non riesce a far abbandonare alla ricerca sociale i suoi vecchi armamentari metodologici e a vedere nell'intrattenimento delle reti digitali qualcosa di più di un insieme di dati, la sfera sensoriale cioè da cui ogni aspettativa sociale è destinata a venire rivoluzionata. Anche se questo genere di rivoluzioni ha sempre più a che vedere non con il quadro storico delle rivoluzioni sociali bensì con le "sottili" (Colombo 1998) trasformazioni delle piattaforme espressive di cui si servono (e sono servite) le moltitudini di soggetti che la società industriale non controlla più nei suoi statuti e territori.

Ma a loro modo sono gli stessi media generalisti – la televisione e la stampa a essa conforme – a fare il ritratto di come e quanto le figure e forme della politica siano restate indietro – persino dal punto di vista dello spettacolo, delle suggestioni collettive – rispetto a tutto il "rimanente", si tratti dei grandi eventi planetari (come la morte di Lady Diana) o nazionali (come quella di Alberto Sordi) oppure dei piccoli eventi quotidiani sparsi tra un talk show e l'altro. Ci si accorge che solo in questi momenti si

ricreano le condizioni carismatiche e di culto di cui non godono più i professionisti dello spettacolo politico ma appunto quelli della *fiction*.

Questo non dipende solo dagli orientamenti di consumo del cittadino-spettatore, ma da un oggettivo calo di capacità carismatiche nei ceti della politica. Quando l'uomo di partito e di governo comunicava attraverso la piazze e il Parlamento, il potere carismatico del leader apparteneva tutto alla sua specifica "stoffa" individuale (memoria ed esperienza di un lavoro fortemente personalizzato e altrettanto fortemente inserito nel proprio apparato, doti espressive in grado di trasmettere valori in modo convincente non solo per abitudine ma anche per uno slancio professionale i cui connotati finivano per coincidere con la propria biografia, le scelte di vita compiute). Ora che i politici possono godere di moltiplicatori e diffusori di immagine come i media generalisti, queste stesse qualità carismatiche si mostrano altrettanto essenziali e anzi, se vengono a mancare, è il loro vuoto a essere diffuso e moltiplicato.

Naturalmente le ragioni di questa flessione delle attitudini carismatiche sono assai complesse, innanzitutto per la stessa complessità che investe le figure carismatiche: infatti, perché riescano tali, bisogna osservare attentamente anche i fattori collettivi e ambientali, storici ed epocali che arrivano a decretare carismatico un individuo piuttosto che un altro. Sul versante delle qualità soggettive, si può essere tentati di dire che – in regimi sociali come quello italiano – la formazione di un leader vive in uno spazio relativamente chiuso rispetto agli spazi via via emersi nella società dei consumi. Dunque, esaurite le generazioni che hanno ricevuto la loro formazione da momenti ideologicamente molto intensi, dalla guerra, dalla resistenza, nonché dallo spirito di frontiera della ricostruzione, l'ordinaria amministrazione di questa eredità da parte delle nuove generazioni è degradata in forme carismatiche ordinarie, senza storia e senza in-

dividualismo, cioè senza i tipici grimaldelli della memoria e della psicologia collettiva con cui si diventa grandi leader. Sul versante, invece, di chi appunto è chiamato a scegliere i propri leader carismatici, a farli diventare tali, va rimarcata, tra i tanti possibili fattori, la progressiva caduta della memoria sociale e personale, la sempre più forte laicizzazione delle scelte, il disincanto subito a fronte dei miti e degli eroi di un tempo della politica sempre più distante da quello presente e di un tempo quotidiano sempre più assorbente rispetto a quello civile. A guardarli in faccia, i potenti del mondo stanno sempre più perdendo di fascino, di appeal. Sono il "contorno" della notizia e non la notizia in sé. Per quanto i loro volti e le loro parole sembrino avere colonizzato la vita quotidiana, e anzi proprio per questo, non si può più credere in loro. Per essere visti, ci vogliono geni del male come Bin Laden (a suo modo equivalente post-moderno di Gandhi) o un papa che esibisce minuto per minuto la sua sofferenza fisica, il suo dolore di combattente e martire (anche in questo caso coesistono in uno, senza più alcuna distinzione e cautela moderna, la più pura dedizione evangelica e la più dura colonizzazione dei corpi – contro la sessualità, contro la transessualità, contro l'autogestione della propria persona). A premiare con il logo della grandezza sono quindi scelte radicali e ultimative. Se prima avevano fortuna i modi "dolci", dal momento che il mondo risultava strutturalmente "duro", poco flessibile, ora, dal momento che il mondo si è fatto fluido e quindi assai più difficilmente leggibile, hanno fortuna le prese di posizione nette, "forti".

Esistono tuttavia fenomeni di culto o consenso che non sarebbe facile inserire nel quadro classico delle personalità carismatiche se non tenendo conto della specifica qualità delle moltitudini che oggi alimentano notevoli variazioni negli orientamenti consuetudinari dell'opinione pubblica. Si tratta di una qualità certamente distinta dalle culture che hanno pesato storicamente nel rapporto tra elettori e

politica, culture prevalentemente alfabetiche. Queste moltitudini sono state educate dai media televisivi, dai consumi, vedendo progressivamente legittimata la loro visione del mondo, la loro natura senza altre radici che non siano antropologiche e psicofisiche. Dal principio di un potere carismatico, in cui il "suddito" si riconosce ma sa bene di non essere alla pari con il suo "principe", si è passati a forme di riconoscimento paritarie, per effetto del propagarsi delle strategie neo-televisive volte a includere nella scena e strappare dal retroscena uno spettatore con nessun'altra dote che quella, importantissima, di essere stato prescelto, facendolo diventare attore, anzi personaggio, anzi commentatore del mondo, dell'esperienza umana e sociale.

Quando ad avere il consenso delle maggioranze mediatiche è un politico senza tradizione politica come Silvio Berlusconi o Umberto Bossi, ad avere successo non è tanto l'insieme di grinta, decisionismo, impeto identitario – autentico o inautentico che sia – a convincere la sua parte di elettorato, quanto piuttosto la sua diversità psicosomatica rispetto ai volti della politica, ai personaggi storici che la popolano. Queste figure, amiche per chi non appartiene alla memoria nazionale e aliene per chi vi appartiene, conquistano i propri elettori non per le loro simulazioni di civiltà ma per la loro schietta origine barbarica. Il pubblico ha imparato ad accorgersi di chi mente. Berlusconi e Bossi sono sempre più costretti a percorrere il filo di rasoio tra necessità della comunicazione e necessità di comunicazione a-politica. Nei confronti di quella speciale vocazione delle moltitudini a perdere di vista ciò che non hanno effettivamente mai posseduto, e cioè le norme e i vincoli della società civile, essi non corrono il rischio di fingere quando mentono sul piano politico, ma quando mentono sulla loro estraneità alla politica (all'esatto opposto dei leader tradizionali che, di fronte alle oscillazioni emotive e istintive che oggi determinano le sorti di una campagna politica, non corrono il rischio quando mentono su se stessi, ma quando mentono sulla politica).

Il sentimento di diffidenza per i politici è entrato a tal punto nel senso comune da ritenere che la politica sia una pura e semplice invenzione, un gioco delle parti. Se si decide di credere in un leader piuttosto che in un altro, è solo perché promette qualcosa per noi vantaggiosa e il suo volto assume allora d'incanto i tratti della promessa cui si vuole credere. E dunque la scelta è dettata o dal più esclusivo interesse o dalle nostre più disperate illusioni. Infatti, per dare credito alla comunicazione politica dei politici, basta sapere che essi sono nei luoghi del potere. Ciò che essi debbono esibire, prima di ogni altro contenuto, è il fatto puro e semplice di avere potere.

I fautori del passato (ma quale passato avrebbe oggi la possibilità di riaffermarsi?), i nostalgici che pensano o fanno credere di pensare che la crisi attuale della politica sia dovuta alla televisione, ritengono che in questo disincanto assoluto consista il degrado delle capacità di governo nel nostro sistema in Italia, in Europa e nel mondo. Mentre invece siamo di fronte a un salto di qualità del rapporto tra moltitudini e sistemi politici. L'aureola di credibilità di cui tali sistemi e i loro eroi potevano fregiarsi è stata davvero dissipata dal martellante sguardo su di sé che hanno dovuto e preteso di imporre. Che è stato in ogni caso imposto loro dalle leggi del mercato, dalle dinamiche della società dell'immagine e dei consumi.

Così, quanto più i politici di professione (formula squisitamente e terribilmente moderna) perdono il senso del loro mandato sociale, tentano di mostrarsi interessati ai contenuti, pretendono di garantire valori, dicono di volere salvare il mondo, di essere giusti, di pensare al bene generale, tanto più lo spettatore recupera in laico scetticismo, trasforma la propria vecchia tradizione di credente in tattiche di sopravvivenza, in scelte pratiche, in orientamenti istintivi e opportunisti. Non vuole più che la politica abbia i segni sacri e indubitabili della sovranità. Vuole soltanto servirsene. Un coltello da usare, ma se non taglia, da buttare. Il politico vuole sopravvivere come categoria,

desidera cioè mantenere i requisiti della propria professione, così legati alle forme sociali e statuali che l'hanno generata e che oggi sono frantumate forse per sempre dalla spinta dei processi post-industriali. Ma le moltitudini vogliono invece sopravvivere solo come persona e dunque proprio in quanto vivo corpo di tali processi, luogo della forza e per ciò stesso della distruzione della politica.

Ad alcuni osservatori, quest'approccio sembra peccare di catastrofismo, sino a toccare le ombre senza ritorno del nichilismo e i deliri a occhi aperti della fantascienza (di questa congiunzione Jean Baudrillard è stato il massimo teorico). A noi pare, invece, il segno più trasparente che oggi a venire meno è la solidità dei patti sociali con cui sono nate le nazioni moderne e sulla base dei quali si sono sviluppate le potenze mondiali. A ottenere questo risultato sono stati i media generalisti, la televisione in primo luogo, capace di essere qualitativamente egemone su ogni altro mezzo di comunicazione. Ma anche e soprattutto capace di pesare sull'insieme di relazioni comunicative in cui gli individui abitano il loro tempo quotidiano.

Resta da domandarsi perché di tutto ciò si sia tuttavia ancora così poco detto e valutato. E perché si sia così poco consapevoli di questa automatica censura sullo spettacolo della politica (in particolare e paradossalmente proprio dai giornalisti della parola). E, quando consapevoli, perché così poco conseguenti nelle scelte che ne dovrebbero derivare. Resta da domandarsi perché, se questo è il quadro, gli scenari dovuti alla comunicazione politica continuino a perdere ogni capacità di mettere in relazione le figure e organizzazioni della sfera statuale e istituzionale con i mutamenti dell'abitare (classi, ceti, gruppi che, svincolandosi dall'ordine ideologico-religioso dei patti sociali dello sviluppo moderno, tornano o si congiungono alla natura "bruta" dei singoli interessi e cioè alla vita "ordinaria" delle moltitudini, al loro immediato senso del "presente"). A soddisfare tutte queste domande, si coglie una forte duplicità negli effetti delle comunicazioni di

massa sul vissuto dei sistemi moderni avanzati. E sul nostro sistema in modo particolare, dato il peso che ha avuto nella vita nazionale italiana la televisione, agenzia di socializzazione destinata, dagli anni Cinquanta sino agli anni Ottanta, a sostituire ogni apparato istituzionale e di mercato con cui altri contesti nazionali hanno potuto garantire modernizzazione, servizi, scolarizzazione, istruzione, educazione, formazione.

Tale duplicità mediale consiste da un lato nel disvelamento di cui si è detto, cioè nel progressivo disincanto che la massima visibilità televisiva della politica, messa a nudo, ha prodotto nei suoi spettatori, spinti così a cogliere l'obsolescenza sempre più acuta del legame storico tra mezzi dell'opinione pubblica, cittadino e organizzazioni politiche. Dall'altro lato si esprime nella crescita esponenziale dei mezzi di spettacolarizzazione, senza i quali quello stesso disincanto non avrebbe potuto realizzarsi. Lo spettatore è stato così gettato nella consapevolezza della sua estraneità e solitudine rispetto ai vecchi orizzonti della cittadinanza – tutti politici, tutti autoritativi – ma al tempo stesso nell'immaginazione di sé come spettatore, come persona che ragiona e vive ancora nelle forme dello spettacolo.

Lo spazio dello spettacolo è invece finito, rarefatto dal non-senso sociale di cui dovrebbe essere la rappresentazione. E tuttavia l'attore sociale vive ancora nelle stesse spaziature temporali dello spettatore, come il cittadino ha vissuto – e forse allo stesso tempo vive ancora – il territorio urbano, la "società della sorveglianza", le sue norme esplicite: dentro e fuori di sé, come una camicia di forza sotto un abito casual. La società dello spettacolo, società estetica e fantasmagoria della sovranità del Capitale e dunque della modernità, sta andando in rovina eppure non ce ne siamo liberati. Così, la miseria del Novecento si va staccando dall'altra parte di sé, quella viva e poderosa che ha reso più felice e giusto il mondo, e ora circola in forme pompose, spudorate. In questo spazio

emergono autorità sempre più ricche di media ma sempre più povere di progetto; sempre più dotate di mezzi di comunicazione ma sempre più piene di nulla. Presuntuose, come se ancora vi fosse in esse una capacità di invenzione, di ricambio e di riscatto. Il loro deserto interiore viene ora sempre più invaso dai drammi umani che, nascendo sin dall'inizio nell'immagine inquietante del Tramonto, l'Occidente ha prodotto nelle forme della fame, della disperazione e dell'ingiustizia. Non c'è bisogno di negare il progresso delle società moderne – e l'Italia può dire davvero di averne goduto i grandi vantaggi – per ammettere che tuttavia esso è stato ottenuto solo in certi luoghi privilegiati e non altrove; per confessare che ai margini della ricchezza e in alcune sue sacche povere, escluse da ogni benessere, esso ha fallito la sua pretesa di civilizzazione universale.

A questo proposito va detto che, se la letteratura scientifica ha qualche volta toccato la drammaticità irrisolvibile di questi temi, il cinema e la televisione ne hanno dato sicuramente un'immagine assai più potente non solo nei termini della sua diffusione, ma anche nella qualità di forme del discorso che non hanno bisogno di essere ricomposte dalle teorie e dai metodi scientifici ma solo di "approssimazioni" alle estetiche contemporanee rinunciando al loro intento consolatorio.

Conquista dello spazio
Fabrizio Carli

Il programma di “conquista dello spazio” nasce in un contesto storico altamente competitivo che vede le due superpotenze mondiali (Stati Uniti e Unione Sovietica) entrambe impegnate nel progetto di invio del primo uomo sulla Luna. Nonostante nel 1969 l’allunaggio dell’Apollo 11 segni il momento più significativo di questa competizione, la storia della conquista dello spazio inizia almeno trent’anni prima.

All’indomani della sconfitta della Germania nazista molti degli scienziati impiegati dal regime nella progettazione di armi furono cooptati dalle nazioni vincitrici del secondo conflitto mondiale, in particolare da Stati Uniti e Unione Sovietica, che reintegrarono tra le file dei propri scienziati i prigionieri di guerra del centro di Peenemunde, il quartier generale tedesco della sperimentazione tecnologica in campo missilistico. I risultati più importanti ottenuti in questo centro furono i razzi intercontinentali V2, una delle tecnologie belliche più temute e avanzate del tempo, che avevano consentito ai nazisti di colpire ripetutamente l’Inghilterra con missili lanciati dal suolo tedesco.

La spartizione di intelligenze servì alle due superpotenze per rafforzarsi principalmente in campo missilistico. Ben presto, però, l’orientamento della sperimentazione venne dirottato verso la conquista della Luna come sublimazione del conflitto ideologico/militare.

Da subito risultò evidente la superiorità sovietica in campo aerospaziale. Dal 1957 (anno di messa in orbita del primo satellite artificiale, lo Sputnik 1) cominciò per l’URSS una serie di successi. Nel 1959 si aggiudicò il primato del primo artefatto lanciato sul suolo lunare: la sonda Lunik 2 lasciò sulla Luna una targa con il volto di Le-

nin e un vessillo con la falce e martello. Nel 1961 mise in orbita il primo cosmonauta, Jurij Gagarin.

Tra il 1961 e il 1965 gli Stati Uniti svilupparono il progetto Mercury per la messa in orbita di un astronauta e il progetto Gemini per lo sviluppo di tecniche di *rendez-vous* (*docking*), contatto tra due veicoli nello spazio. Tuttavia anche il primato nel campo del *rendez-vous* spaziale, pratica indispensabile per garantire il rientro nell'atmosfera terrestre della capsula con gli astronauti (una volta decollata dalla superficie lunare la capsula avrebbe dovuto riunirsi al proprio vettore per ottenere la spinta necessaria al ritorno sulla Terra), fu sovietico.

Solo con l'avvio del programma Apollo, gli Stati Uniti iniziarono a recuperare terreno rispetto alla superiorità tecnologica sovietica. Nel 1969, il progetto Apollo 11, spinto da un razzo vettore Saturn progettato da Verner von Braun (uno degli scienziati nazisti cooptati tra le file statunitensi), permise al LM (modulo lunare) di atterrare sulla Luna portando con sé due astronauti, mentre un terzo addetto alle procedure di rendez-vous rimaneva in orbita.

L'allunaggio del LM concluse (con gli Stati Uniti vincitori) la prima e più importante fase della cosiddetta conquista dello spazio: fu un evento prioritariamente politico e, in seconda analisi, scientifico. Portare il primo uomo sulla Luna significava stabilire un primato tecnologico, ma anche morale e ideologico, sullo scacchiere internazionale. In un certo senso il significato profondo di questa competizione si estendeva agli opposti modelli di vita e agli ideali che sorreggevano il capitalismo degli Stati Uniti e il socialismo sovietico. Trattandosi di due sistemi economici a forte tendenza espansiva, la vittoria dell'uno sull'altro non poteva che rappresentare il primato del modello di una futura espansione planetaria.

Il valore politico del progetto Luna non sfuggì agli osservatori dell'epoca. Ben presto iniziarono a emergere ipotesi e teorie che sostenevano l'idea di un falso allunag-

gio, ovvero di una gigantesca messa in scena degna delle più azzardate ipotesi cospirazioniste. La teoria del falso allunaggio poggiava su argomentazioni di questo tipo: data l'importanza ideologica di aggiudicarsi il primato del primo uomo sulla Luna perché gli Stati Uniti non avrebbero dovuto simulare tale evento piuttosto che rischiare vite umane e soprattutto un fallimento di portata mondiale? Simili argomentazioni si basavano sull'oggettività di un deficit tecnologico in campo aerospaziale ben compensato dalla forza dell'industria holliwoodiana, già ampiamente collaudata in materia di effetti speciali. Qualche anno dopo l'allunaggio iniziarono a emergere, a sostegno della teoria della montatura, anche le prime testimonianze di tecnici e impiegati coinvolti nel progetto Apollo 11. Tra questi Bill Kaysing, che in seguito pubblicò il proprio libro *Non siamo mai andati sulla Luna* (1987) divenuto un classico della teoria della simulazione. Sulla scia delle dichiarazioni di Kaysing e di altri, nel 1978 venne realizzato il film *Capricorn One* in cui si racconta la messa in scena dall'atterraggio sul suolo di Marte (ammartaggio).

Dopo il 1969 gli sforzi in direzione della conquista dello spazio continuarono, anche se con investimenti ridotti, fino al 1986, anno della tragedia del Challenger, esploso in volo dopo pochi minuti dal distacco dalla rampa di lancio. Tra il 1969 e il 1986 statunitensi e sovietici si erano specializzati in due diverse "filosofie" spaziali, rispettivamente il perfezionamento del *rendez-vous* e la pratica di stazionamento dell'uomo in orbita intorno alla Terra. I sovietici raggiunsero veri e propri primati nel campo della permanenza sulla stazione spaziale orbitante MIR. Questo tipo di sapere (che ha dato vita a un settore della medicina, quella aerospaziale) è diventato poi fondamentale per le successive missioni interplanetarie con equipaggio umano e per la permanenza di esseri umani sulle basi orbitanti (Smith 1989).

Oggi la ricerca aerospaziale si orienta principalmente in quattro campi. Nel settore commerciale, con la messa

in orbita dei satelliti geostazionari per le telecomunicazioni (televisione, telefonia, rilevamento georeferenziale) e con la sperimentazione di nuovi materiali prodotti sfruttando l'assenza di gravità (superconduttori e plastiche ceramiche per le protesi). Nel campo militare, attraverso progetti di difesa aerospaziale (ad esempio il progetto statunitense dello "Scudo Spaziale" e dei satelliti spia) e l'impiego di satelliti per le previsioni meteorologiche. Nel campo della ricerca civile, con l'utilizzo di satelliti per il telerilevamento geologico e archeologico. Infine, nel campo delle attività di esplorazione interplanetaria, in direzione della costruzione di una base spaziale internazionale, che dovrebbe diventare un luogo in cui sperimentare nuovi materiali e servire da rampa di lancio da cui far partire il primo viaggio con equipaggio umano verso Marte. L'esplorazione spaziale attuerà poi i cosiddetti progetti di *terraforming*, progetti di colonizzazione dei pianeti del sistema solare a partire da Marte, il pianeta per conformazione e dimensioni più simile alla Terra (Smith 1989). La colonizzazione mediante *terraforming* prevede la necessità di modificare drasticamente le condizioni climatiche e abitative del pianeta "terraformato" mediante strategie ingegneristiche e botaniche che riproducano l'ecosistema terrestre a partire dal meccanismo di fotosintesi delle piante.

Consumi vocazionali
Andrea Pollarini

Nel corso degli ultimi decenni del XX secolo, per effetto della progressiva riduzione degli orari collettivi di lavoro e dello sviluppo di tecnologie telematiche che hanno aperto la strada a modelli di organizzazione della produzione sempre più indipendenti dalla compresenza fisica degli individui nello stesso luogo lavorativo, il "tempo libero" ha esaurito la propria tradizionale funzione di momento di riproduzione della forza lavoro per configurarsi piuttosto come uno spazio autonomo di formazione delle identità individuali e collettive. Il *loisir* – il "tempo per sé", il tempo che l'individuo spende per migliorarsi dal punto fisico, culturale o spirituale – è diventato il campo d'applicazione di queste nuove identità, una nuova importante agenzia di socializzazione che si affianca a quella che per due secoli è stata, di fatto, l'unico autentico motore della costruzione dei processi sociali e della definizione dei rapporti e delle gerarchie individuali: la fabbrica.

In questo processo di trasformazione sociale quelle che solo qualche tempo fa erano considerate come semplici occasioni di impiego del tempo libero (hobby, svaghi, "passioni") diventano il riflesso di un nuovo bisogno di rappresentarsi, l'espressione di una determinata "vocazione", l'archetipo e il condensato simbolico di un particolare sistema di valori attorno al quale l'individuo costruisce il proprio stile di vita e in funzione del quale si rapporta con il mondo esterno. Archetipi che finiscono quindi per configurarsi come generatori di aggregazioni comunitarie a noi fino a ora sconosciute che dovremo abituarci a considerare come i nuovi "segmenti" di un mercato valoriale globale.

Queste comunità/segmento si differenziano dai modelli tradizionali di comunità e di segmento di mercato in-

nanzitutto nell'essere raggruppamenti che poco o nulla hanno a che spartire con i modelli di aggregazione tradizionali (siano essi di matrice etnica, geografica, religiosa, ideologica o anche soltanto socio-demografica) ma che rispondono essenzialmente a "istanze valoriali" generate e/o alimentate dall'universo dei mezzi di comunicazione di massa. Il carattere onnivoro dei mass media e il loro inesausto bisogno di alimentare e rinnovare i palinsesti ha come effetto la compresenza simultanea di punti di riferimento valoriali tra i più disparati e apparentemente contradditori. La pervasività dei circuiti comunicativi e la generalizzazione dei modelli valoriali che ne deriva fa inoltre sì che "istanze" analoghe appaiono simultaneamente in tutto il mondo occidentalizzato. In termini di marketing queste comunità si presentano cioè come segmenti globali di consumo ossia come "nicchie" (più o meno ampie e sviluppate) di consumatori diffuse contemporaneamente a "macchia di leopardo" in tutto il mondo post-industriale. Tra questi "segmenti" e l'universo delle comunicazioni di massa si viene perciò a stabilire una corrispondenza biunivoca: un gioco delle parti in cui i mass media svolgono il ruolo di grande enciclopedia dei valori in campo e sono a loro volta stimolati e "riforniti" dalle suggestioni che emergono da questi "anfratti" del corpo sociale.

L'adesione all'una o all'altra "comunità" viene espressa dall'individuo essenzialmente per mezzo di azioni legate alla sfera del consumo. È attraverso il consumo (di oggetti, di luoghi, di eventi) che l'individuo si auto-definisce in rapporto al gruppo e "comunica" – all'interno e all'esterno di questo – la propria condizione di appartenenza. Ogni aggregazione dà luogo di fatto a un reticolo di consumo originale e composito che comprende indifferentemente forme tradizionali di beni e servizi, attività, prodotti dell'industria culturale, prodotti di tipo turistico, ecc. In questo reticolo ogni singolo prodotto è parte integrante di uno stretto circuito di comunicazione-consumo ed è quindi posto in relazione diretta con tutti gli

altri prodotti della filiera. Quest'osservazione rende sterili tutte le discussioni che postulano un individuo/consumatore "parcellizzato". Da questo punto di vista ha infatti senso solo parlare di un consumatore operante in un unico spazio sociale: un consumatore, cioè, che acquista di volta in volta – nell'ambito della propria specifica "vocazione" – la "qualità" di lettore, turista, spettatore, in una dinamica di comportamenti che non conosce soluzioni di continuità.

Con l'andar del tempo e l'intensificarsi delle "passioni" i legami tra i prodotti posti all'interno dello stesso reticolo tendono a consolidarsi e a dare vita a un vero e proprio sistema culturale compiuto. Non a caso nella composizione e nello sviluppo di questi reticoli valoriali un ruolo particolare è svolto dagli eventi di comunicazione che, oltre ad assolvere una fondamentale funzione mitopoietica, rappresentano anche un'occasione di "visibilità" per gruppi di individui che per la particolare natura di questi legami potrebbero apparirci – se raffrontati alle forme comunitarie tradizionali – prevalentemente "virtuali". Le comunità post-industriali presentano invece numerosi similitudini e punti di contatto con quelle pre-industriali, nel senso che riescono anch'esse a dar vita a un sistema di codici, simboli e riti riconoscibili (in funzione del "noi diversi da voi") e perduranti nel tempo, ovvero non soggetti all'alternanza e alla discontinuità delle "mode" ma coerenti piuttosto con la definizione di "stile".

La formazione e lo sviluppo di un aggregato neo-comunitario si svolge secondo un criterio che potremmo definire "virale". Analogamente alla genesi delle sotto-culture, nasce cioè da nuclei interni alla società per diffondersi poi verso strati più ampi della popolazione. A differenza di queste, però, le nuove espressioni comunitarie non hanno nulla di manifestamente antagonistico e/o di strutturalmente "marginale" ma si muovono piuttosto negli interstizi della cultura di massa, assorbendone e rielaborandone i miti e i dispositivi di funzionamento.

Nella loro composizione queste comunità post-industriali presentano un ordinamento concentrico. Da un nucleo di guru, di *testimonials* e di fedelissimi adepti si arriva cioè al grande *melting pot* dei fuori casta, ossia di coloro che utilizzano gli "attrezzi" e i segni distintivi della "tribù" saltuariamente e fuori dal contesto originario (si pensi, ad esempio, al perdurante successo del cosiddetto *leisure wear*, la cui formula si basa in pratica sull'uso decontestualizzato di indumenti "tecnici" per lo sport e il lavoro).

In termini di marketing la particolare struttura di questi segmenti propone due interrogativi concettualmente originali. Il primo riguarda il "posizionamento" dei prodotti in relazione alla distanza dal nucleo centrale della comunità/segmento. Il "consumatore vocazionale", che con l'atto del consumo esercita un investimento prima di tutto identitario, è infatti un consumatore tendenzialmente fedele ma allo stesso tempo estremamente selettivo. Un consumatore per cui la valenza simbolica di un prodotto (e quindi la sua caratterizzazione) prevale su qualunque altra considerazione. È quindi abbastanza logico che tale caratterizzazione possa essere vista in rapporto inverso con l'ampiezza del mercato potenziale e finisca così per diventare un'opzione discriminante. In tale contesto un'offerta troppo "caratterizzata" rischia di rivelarsi economicamente improduttiva mentre un'offerta troppo poco caratterizzata (e soprattutto non "riconosciuta" dal nucleo centrale della tribù) può facilmente rivelarsi inefficace. Il secondo interrogativo concerne invece il grado di integrazione e il sistema di relazioni che un marchio viene a stabilire con gli altri prodotti che compongono il medesimo reticolo di consumo. È un problema che le imprese affrontano quotidianamente quando si tratta di decidere, ad esempio, l'abbinamento di un prodotto con i "valori" espressi da un determinato evento di comunicazione e che alcuni grandi marchi (in particolare della moda) stanno tentando di risolvere at-

traverso l'occupazione di una determinata nicchia valoriale e la declinazione dell'insieme dei prodotti che a essa corrispondono e che nel loro complesso descrivono uno stile di vita. Da un'integrazione di tipo industriale (verticale o orizzontale che sia) si sta cioè passando a un'integrazione vocazionale, certamente più corrispondente alle esigenze poste da queste nuove espressioni di consumo.

Corpo

Valeria Giordano

Il corpo è ciò di cui abbiamo più immediata esperienza attraverso i sensi, eppure lo percepiamo dentro quelle cornici culturali e qualità spazio-temporali all'interno delle quali esso abita. Per l'Occidente, risalire alla matrice culturale dei modi in cui il corpo viene prodotto e riprodotto socialmente significa risalire alla stessa cornice della polis, della politica. La cultura occidentale si fonda sulla rimozione del corpo, sul monito che Platone ha lanciato dichiarando il pericolo insito nella corporeità, l'inganno da essa veicolato attraverso il manifestarsi dei sensi, la follia di cui è portatrice. Il corpo, annuncia Platone nel *Fedone*, tiene l'anima prigioniera e con ciò impedisce di accedere alla verità la cui vera dimora è nell'immaterialità della trascendenza. Il corpo perde l'ambivalenza che il pensiero tragico gli aveva attribuito garantendone il potenziale simbolico e si riduce alla parte oscura della vita, a sede della menzogna, a tomba dell'anima. Ma soprattutto inaugura

> quella logica disgiuntiva (*diaballein*) dove il positivo è tutto nel cielo sede di ogni valore, e il negativo tutto sulla terra dove la materia è impedimento e ostacolo all'acquisizione della verità (Galimberti 1983).

La divinità del corpo non è più Pan capace di significare la vitale fisicità dell'istinto, della masturbazione, dello stupro e dell'eccesso che si racchiude nel panico, nell'orrore e nell'incubo, ma il diavolo dell'iconografia cristiana, colui che "divide", che separa l'individuo nella sua anima e nel suo corpo riproponendo la medesima opposizione tra il male della carne e il valore dello spirito.

La potenza di questo impianto filosofico e religioso tarda a incrinarsi. È sulla scena della modernità – sul fini-

re del XIX secolo – che il corpo si presenta come un testo che deve essere riletto e decodificato alla luce del collasso di quei fondamenti che avevano consentito la sua sopravvivenza nel retroscena del pensiero. E non a caso questa riflessione può avere inizio nel momento in cui il "sacro" perde la sua aura e si realizza nei diversi ambiti del quotidiano, nel momento in cui il tempo si affranca dalla necessità di segnalare la linearità del progresso, quando il linguaggio rompe il suo patto di solidarietà con le cose e dunque stenta a dirne il significato, quando viene meno la soluzione consolatoria della dialettica hegeliana e il conflitto non trova più una sede in cui semplificarsi.

Friedrich Nietzsche attribuisce ai fanciulli l'affermazione "Corpo io sono e anima", mentre il sapiente può dire: "corpo io sono in tutto e per tutto, e null'altro; e anima non è altro che una parola per indicare qualcosa del corpo" (Nietzsche 1892). Il corpo si riappropria della sua "grande ragione", chiede di combaciare con l'individuo che lo abita: "Dietro i tuoi pensieri e sentimenti, fratello, sta un possente sovrano, un saggio ignoto – che si chiama Sé. Abita nel tuo corpo, è il tuo corpo" (ib.). È qui, in quest'azzardato riconoscimento, che viene sfidato il grande interdetto posto dal pensiero filosofico e inaugurato un pensiero critico, secolarizzato, mondano, capace di tenere insieme il mosaico dell'esistente, i frammenti della soggettività. Capace di accogliere lo strazio e l'ebbrezza di un corpo che sente, percepisce, invecchia, assiste di volta in volta al mutamento, o addirittura a quella stessa trasformazione narrata da Franz Kafka (1883-1924) nel suo racconto *Metamorfosi*, quando Gregor Samsa, una mattina, "destandosi da sogni inquieti, si trovò mutato in un insetto mostruoso". Questa percezione di qualcosa che si tramuta durante il sonno e che al momento del risveglio ci restituisce un involucro irriconoscibile, suona come una sorta di profezia, un'anticipazione di quello che accadrà nel connubio tra il corpo e la tecnologia. Sarà quest'ultima, infatti, a dotare il corpo di un nuovo linguaggio, ad

attribuirgli una diversa umanità disumana, a consentirgli di comunicare attraverso nuove forme capaci di esprimere il senso di una lesione e di una nuova intelligenza. A mettere in moto un meccanismo che costringe a guardare ciò che muta e a coglierlo nel momento stesso in cui si trasforma, fino a liberarlo della sua stessa corporeità.

La lettura che Michel Foucault ha proposto del corpo all'interno della sua relazione con il potere resta per certi versi attuale e per altri costituisce una traccia per interpretare i messaggi di una corporeità che sembra sfuggire, diventare sempre più aliena. Se già nel XVIII secolo il potere era riuscito a esprimersi anche attraverso il controllo dei corpi individuali costringendoli all'esercizio della disciplina e condannandoli a essere continuamente visibili (dispositivo del Panopticon), successivamente sarà ancora l'esercizio del potere a interessare il corpo biologico, la vita nella sua interezza. È questo il biopotere di cui parla Foucault (1994), una grande tecnologia che agisce sull'individuo e sulla specie, sulle attività del corpo e su quelle della vita. Una vita che si riduce sempre più alla semplice esistenza biologica, una vita che si fa "nuda", spogliata dei diritti che le competono, della cittadinanza che le spetterebbe. Dimore di questi corpi deprivati diventano le istituzioni chiuse, i campi di concentramento, le riserve per gli immigrati, luoghi dove la scomparsa del riconoscimento delle singole identità riporta il corpo a farsi testo sul quale imprimere l'esclusione. Un ritorno a quanto Kafka aveva descritto – nel racconto *Nella colonia penale* – attraverso il dialogo tra il visitatore della colonia e l'ufficiale chiamato a eseguire la sentenza del condannato: "La nostra sentenza non è severa. Al condannato viene inciso sul corpo per mezzo dell'erpice il comandamento che egli ha trasgredito".

Il corpo, in quanto espressione della sua carne, viene riconosciuto per via sperimentale: gli organi, il sangue, lo sperma, sono socializzati, viaggiano da un luogo a un altro, da un corpo a un altro. È ancora una volta il potere sulla vita ad avere il sopravvento e a relegare il corpo nello

spazio opaco dello scambio. Pierre Lévy (1995) descrive il formarsi di una sorta di "immenso corpo ibrido e mondializzato" che, pur entrando nell'ambito del virtuale, non determina la smaterializzazione del corpo, ma piuttosto ne indica una diversa reincarnazione, una reinvenzione. E ancora: il corpo, ridotto alla sua carne, viene scrutato, sottoposto agli occhi elettronici che ne controllano le mosse e alle macchine ad alta tecnologia che lo penetrano mettendolo a nudo, osservando l'indecenza delle sue interiora. È nell'eccesso della sua materialità che viene narrato nella malattia e nella morte: accanto ai corpi trasparenti che abitano il sanatorio de *La montagna incantata* di Thomas Mann (1875-1955), si affiancano quelli squartati, aperti, lesi (descritti nella letteratura contemporanea da Ellis, James Ellroy, Dennis Cooper, Tim Willocks), le fotografie dei frammenti del corpo di Liz Taylor appese alle pareti della stanza di Vaughan in *Crash* di J. G. Ballard.

Ma il corpo sembra anche trovare, nello spazio della *cybercultura*, la possibilità di sperimentare il suo esilio dalla carne, di affrancarsi dai limiti che lo fondano. Di nuovo si affaccia l'immagine platoniana del corpo come tomba (soma=sema), si ripete un sentimento di avversione nei confronti della materia corporea che diventa, nel gergo informatico, *meat*, carne morta e pesante alla quale si contrappone l'insostituibile leggerezza del corpo delle informazioni (Carmagnola 2001; Dery 1996; Rella 2000). Questa potenzialità del virtuale di risemantizzare il corpo nella sua immaterialità significa liberarlo pure dalla gabbia del genere, dalla costrizione di portare il segno della differenza sessuale, della storica opposizione uomo/donna. L'essere senza-genere del *cyborg* inaugura una nuova modalità di interrelazione e di comunicazione, un'ibridazione della soggettività con la tecnologia, un diverso modo di vivere l'appartenenza (Haraway 1991).

Ma proprio nel momento in cui sembra realizzarsi la possibilità di "fare a meno del corpo"', di esorcizzarne il

destino mortale attraverso l'uso delle tecnologie informatiche, assistiamo invece a una sorta di esaltazione della sua presenza nell'ambito del discorso, delle narrazioni, delle immagini, dell'estetica. Salvo poi vederlo di nuovo scomparire laddove diventa il simbolo di un mutamento della visione del mondo, laddove mostrarne i "resti" significherebbe esporre l'inadeguatezza del controllo affidato alle tecnologie della sicurezza. Si è assistito in diretta al crollo delle Twin Towers senza mai vedere i corpi che le abitavano, ad eccezione di quelli che, come in un'opera d'arte, sembravano scivolare lievi nel vuoto.

Cospirazionismo
Fabrizio Carli

Non esiste una definizione precisa per il concetto di cospirazionismo e le immagini e i sentimenti che suscita. Si può provare a fornire una definizione fenomenologica generale valida al di là delle specifiche contingenze (ipotesi, teorie cospirazioniste). Si può così parlare di cospirazionismo come di un procedimento mentale congetturale che porta organizzazioni, e/o singoli individui, a ritenere che la realtà sia assolutamente altro da ciò che noi tutti percepiamo. La realtà quotidiana si identifica così con una cospirazione (o una simulazione) che nasconde uno stato delle cose ben diverso e, generalmente, non accessibile ai più. Gli unici momenti di consapevolezza di questo tipo di inganno si manifestano attraverso sensazioni, congetture e ipotesi.

Il complotto è la "misura minima" della cospirazione, che in ultima analisi risulta essere la somma organizzata e coerente di più complotti perpetrati segretamente ai danni o alle spalle di singoli esseri umani o di intere nazioni.

Questa definizione sommaria del fenomeno lascia aperte almeno due questioni fondamentali: chi è l'artefice di simili macchinazioni realizzate su così vasta scala? Per quale motivo tali simulazioni sono architettate? Per rispondere a queste domande si deve abbandonare l'ambito della descrizione fenomenologica e addentrarsi nelle congetture cospirazioniste vere e proprie.

Tra le risposte alla prima domanda la più accreditata sostiene che siano i governi mondiali a occuparsi di generare questo tipo di simulazione. Si tratta di una variazione della teoria, non cospirazionista, dell'introversione del principio della violenza militare enunciata dall'urbanista francese Paul Virilio (1984): conclusi i grandi conflitti mondiali, gli Stati avrebbero rivolto la forza militare con-

tro i propri civili. Tale meccanismo sarebbe necessario al fine di produrre una sorta di “valvola di sfogo” per il braccio armato dello Stato. Di fatto, il cospirazionismo, come specifico modo di intendere la realtà, è un fenomeno che emerge con la fine del secondo conflitto mondiale. Uno dei governi più attivi nelle pratiche di sistematica negazione della realtà sarebbe quello degli Stati Uniti, sia per motivi di centralità strategica, sia per motivi genealogici intrinseci al cospirazionismo stesso, che ha i suoi natali proprio in terra statunitense.

Anche sui motivi che spingerebbero i governi a progettare realtà fittizie esiste una linea guida principale: l’inganno è, machiavellicamente, parte integrante e indissolubile del potere politico ed economico. Tuttavia, nell’ottica cospirazionista il segreto (che sottostà all’inganno) diviene materia stessa di congetture e spesso, questa è l’ipotesi, la forza e il carisma di un governo poggiano su principi di natura “esotica” (esoterismo, extra-terrestrità) che se disvelati porterebbero all’evento catastrofico di distruzione dell’integrità del tessuto sociale mondiale (anomia totale).

Quella che segue è una parziale selezione di alcuni tra i più classici temi del cospirazionismo contemporaneo: la presenza di alieni sul pianeta Terra; la morte di John Fitzgerald Kennedy a opera dei servizi segreti statunitensi; il falso allunaggio dell’Apollo 11; la creazione di un Governo Mondiale transnazionale; l’esistenza di una rete di controllo globale; l’avvelenamento sistematico del cibo.

Lateralmente allo sguardo cospirazionista troviamo quelle teorie riguardanti la presunta falsa morte di personaggi famosi come Elvis Presley, Jim Morrison, Nico, Marilyn Monroe.

Una questione essenziale lasciata aperta dal cospirazionismo è la seguente: se noi tutti viviamo in una simulazione (in altre parole, se la simulazione è la nostra immanenza) com’è possibile che alcuni individui riescano, anche solo per un momento, a “elevarsi” al di sopra di questo stato di cose in modo da ipotizzare l’esistenza di un com-

plotto? Si tratta in sostanza del problema posto, cinematograficamente, dal film *Matrix*: come può Neo (il protagonista) percepire la natura del mondo virtuale in cui vive con il resto dell'umanità se questo è l'unico mondo che egli può conoscere? Per fornire una risposta a questa domanda il film deve necessariamente ricorrere all'ipotesi di un gruppo di umani originariamente sfuggiti al controllo da parte delle macchine (ovvero di umani che vivono in uno spazio extra-immanente rispetto al resto dell'umanità) che sottraggono Neo alla realtà virtuale in cui vive per aprirgli gli occhi sulla verità.

Un'altra possibile risposta ci viene dal film *The Truman show*: come può Truman che vive, senza saperlo, da sempre su un set cinematografico rendersi conto della realtà fittizia del proprio mondo? Anche in questo caso il film ricorre a un "debordamento" della realtà nel mondo di Truman: alcuni attivisti di un movimento per la liberazione di Truman tentano delle infiltrazioni sul set del The Truman Show.

Un tipo di soluzione non dissimile ci proviene dal racconto di Philip Dick che, non ufficialmente, ha ispirato la trama di *The Truman Show*: *Tempo fuori luogo* del 1959. Uno dei protagonisti ha la sensazione di aver compiuto un'azione familiare (accendere un interruttore a cordicella) che invece non lo è (nella sua casa non ci sono mai stati interruttori a cordicella). Quest'azione fa ipotizzare al personaggio di Dick di aver vissuto una vita di cui non possiede più memoria, ma che di tanto in tanto riemerge attraverso tracce apparentemente insignificanti (accendere un interruttore a cordicella che non esiste). Si scoprirà in seguito che costui vive effettivamente in una complessa simulazione e che, quindi, l'interruttore a cordicella altro non è che il ricordo di una vita pregressa vissuta al di fuori della simulazione.

La soluzione dickiana è stata, in tempi più recenti, sistematizzata dal sociologo francese Jean Baudrillard (1994), il quale ci spiega che la realtà è stata fagocitata dal-

la potenza di un medium come la televisione e che la rappresentazione che questa ci restituisce è di fatto un'iperrealtà (un'accurata selezione e ripulitura della realtà). L'iperrealtà è, secondo Baudrillard, così compenetrata nel nostro apparato percettivo da essere vissuta come l'unica realtà (altrove, in modo provocatorio, Baudrillard ha sostenuto che la guerra del Golfo potrebbe non esserci mai stata dato che si è trattato soprattutto di un conflitto a uso e consumo dei media). Nonostante l'iperrealtà, "brandelli" di realtà sfuggono di tanto in tanto all'ordine dell'iperreale irrompendo drasticamente nella nostra vita. Come per Dick, si tratta di una sorta di riemersione del rimosso, del riaffiorare di una realtà "alternativa". In questo modo Baudrillard arriva a ribaltare la propria asserzione di partenza affermando che l'omicidio della realtà da parte dell'iperreale è un delitto imperfetto.

Il principio di propagazione delle teorie cospirazioniste non è dissimile da quello delle cosiddette "leggende metropolitane". Dal punto di vista della velocità di propagazione le teorie cospirazioniste possono essere parzialmente spiegate mediante la cosiddetta teoria dei "sei gradi di separazione" del sociologo Stanley Milgram secondo cui un essere umano preso a caso è collegato a qualsiasi altra persona sulla Terra da una catena di non oltre sei individui. Questa catena probabilistica coadiuverebbe, in certe condizioni, l'estrema velocità di diffusione di idee anche al di fuori del circuito dei grandi media (passa parola).

Dal punto di vista dei contenuti, il cospirazionismo ha forti analogie con i processi di disinformazione, qui nel doppio ruolo di disinformazione che cela la realtà e disinformazione che informa sulla realtà celata. In entrambi i casi la caratteristica più evidente è quella della non rintracciabilità della fonte. Quest'assenza di "curriculum" rende le teorie cospirazioniste altamente autoreferenziali.

Proprio i modelli della disinformazione, delle leggende metropolitane e del preconcetto sembrano ispirare una

disciplina chiamata memetica. La memetica partendo dall'accostamento comportamentale di linguaggio e propagazione biologica (l'uomo è il portatore sano del virus linguaggio) si pone l'obiettivo di spiegare la diffusione delle idee e delle convenzioni sociali secondo modelli mutuati dai paradigmi evoluzionistici darwiniani (Dawkins 1976). In quest'ambito la memetica spiegherebbe che le teorie cospirazioniste, proprio a partire dalla loro non tracciabilità e dalla loro capacità di mappatura del contesto (adattamento al contesto), si propongono come "organismi" particolarmente adatti alla propria riproduzione e diffusione grazie alla capacità di esercitare fascinazione e di generare consenso. Non tracciabilità e mappatura del contesto creano un'analogia anche tra le teorie della cospirazione e quei fenomeni che definiamo genericamente come mode. Naturalmente in questo caso è necessario operare una distinzione tra le mode scaturite accidentalmente dal convergere di innumerevoli fattori della fisica sociale (Willis 1996) e i progetti di moda studiati, per così dire, "a tavolino". Anche in questo secondo caso, dismettendo gli abiti dell'indagatore e indossando per un attimo quelli del cospirazionista, si potrebbe affermare che riuscire a progettare scientificamente una moda è un po' come ordire un complotto: in sostanza si indurranno milioni di persone a comportarsi in un certo modo lasciando loro l'illusione di aver operato una scelta in completa autonomia.

Critica
Alberto Abruzzese

È il termine d'uso comune – in ambito quotidiano ma anche professionale e istituzionale – con cui assumiamo un nostro specifico personale punto di vista sul modo in cui un discorso, un testo, un sistema, un evento o qualsiasi altro oggetto è prodotto, organizzato, interpretato o motivato relativamente alla sua genesi e natura, ai suoi fini e ai suoi effetti.

Quando sosteniamo la cattiva qualità di un libro o di un film, quando non riconosciamo un "buon fine" a un'organizzazione politica, non approviamo una moda vestimentaria o un orientamento di consumo, inibiamo un'esperienza sensoriale, stiamo criticando una determinata forma (ad esempio il cinema d'autore o quello di cassetta), una determinata azione (ad esempio le politiche della sinistra o della destra), uno stile di vita (ad esempio le subculture metropolitane o il comportamento dei neo-ricchi), un piacere (ad esempio il sesso o lo sport estremo). Le tonalità emotive che assumiamo nel sentire un impulso critico e tanto più nell'esternarlo, saranno in diretta relazione con il grado di convinzione che nutriamo sul nostro punto di vista e in modo particolare con la posizione di maggioranza o minoranza, potere o subalternità, forza o debolezza, da cui muoviamo le nostre critiche. Nel criticare, il soggetto mette in discussione l'altro da sé (e se stesso, anche quando non si tratti di autocritica), ma si mette a sua volta in gioco. La critica si manifesta in un mondo necessariamente plurimo, in una scena di immagini che non possono vivere di una sola rappresentazione.

Assumendo una posizione critica, dichiariamo le ragioni per cui non condividiamo la posizione di altri intorno al senso che essi danno all'oggetto del contendere, ne siano tanto i diretti responsabili quanto i semplici com-

mentatori, testimoni, controllori, garanti. Ci dichiariamo indisponibili ad accettare il loro giudizio, la domanda di "solidarietà" che, in tale giudizio, essi avanzano. Altrettanto fanno loro nei nostri confronti. La critica revoca la fiducia in un determinato ordine del discorso e pretende uno stesso investimento fiduciario a vantaggio della propria affermazione e dei propri ordinamenti, consci o inconsci che siano.

L'agire critico riguarda, dunque, l'ordinaria amministrazione delle pratiche emotive, cognitive e discorsive alla base dell'agire comunicativo e sociale, garantendo mutamenti di opinione, conflitti, progressi e collassi della società civile. Senza il gioco automatico, casuale o preordinato della critica non sarebbe possibile neppure la stabilità e la durata con cui affrontiamo i casi del mondo e con cui, a nostra volta, veniamo affrontati nel vivere qualsiasi relazione interpersonale. Infatti la critica – quando non sia minata dalla sua stessa intransigenza, da una sua furia irrelata e distruttrice, quando non si ribalti subito nel suo vicinissimo contrario e cioè in autorità – è prevalentemente dedita agli inevitabili anzi attesi accomodamenti, palesi od occulti, che di necessità ne conseguono (lo sappiamo bene se pensiamo alla nostra diretta esperienza della vita familiare o alla scena delle mediazioni politiche o ai prodotti della fiction, alla loro ibridazione espressiva delle differenze sociali). La critica si rivela essere l'increspatura, spesso violenta ma contingente, di una "massa" di norme interiori assimilate nel corso del lunghissimo cammino antropologico che l'uomo, affrontando poteri e insidie della natura esterna, ha vissuto e reso organiche ancor prima di entrare nelle più primitive forme di sopravvivenza sociale. Norme che, comunque, ha tramandato sino a oggi per via psicosomatica ed esperienziale, quindi grazie all'infinito concatenarsi delle azioni d'imitazione e ripetizione che costituiscono la quota più intensa e tuttavia spontanea della sua formazione. La critica non solo lascia in vita gli orientamenti più radicati nelle nostre culture, più ance-

strali, ma finisce per garantire la nuova linfa che si fa necessaria alla loro sopravvivenza. L'agire critico dell'uomo, sempre reversibile nei suoi contenuti e nei suoi fini, sempre relativo ai dati contestuali di un determinato ambiente, concorre in tal modo alle mutazioni di organismi viventi, di corpi (singolari o variamente aggregati in forme relazionali) che conservano e rigenerano il loro più originario impulso alla sopravvivenza attraverso continui aggiustamenti del proprio rapporto con la natura (da quella integralmente disumana delle origini a quella integralmente artificiale, post-umana, del presente).

Eppure, c'è qualcosa che tende a sfuggire nelle letture prevalentemente condotte sulle molteplici pratiche in cui si manifesta la critica nei confronti di fatti o persone. Qualcosa di culturalmente troppo prezioso per essere tralasciato. Troppo ricco di valenze politiche per essere emarginato o rimosso nell'esercizio ordinario, quotidiano, che noi – poco meno o poco più della gente comune – facciamo della critica come modo d'essere, di abitare, di comunicare. C'è qualcosa di segreto (o segregato) in quell'esercizio personale e quella ribollente, sommersa, massa critica da cui i saperi, che hanno fatto e tuttora fanno teoria della critica, sembrano spesso irrimediabilmente distanti e da questa distanza resi impotenti o, all'opposto, troppo potenti, in quanto gelidamente asserviti a una logica superiore dei fatti e delle cose.

La nostra attenzione va dunque rovesciata. Non va rivolta alla dimensione piena, alla fase terminale, pienamente autoriflessiva, della fitta rete di fenomeni che sono riconducibili all'agire critico dei singoli senza che tuttavia si possa più risalire alla sua effettiva singolarità. Va invece rivolta alle dimensioni appena insorgenti, alle fasi genetiche in cui tali fenomeni cercano il proprio significato al loro stesso interno e in esso acquisiscono una primigenia conformazione tattica, locale. Dovremmo penetrare meglio o semplicemente trattenerci, tornare ai confini del costante replicarsi del meccanismo istitutivo con cui l'espe-

rienza della critica viene messa socialmente in opera. Dovremmo distinguere in sé e per sé il sentimento individuante che è alla base della critica e ne costituisce il suo più autentico materiale, riuscendo così a separarlo dal suo automatico passaggio al pieno esercizio funzionale che ne fanno le forme socialmente strutturate.

Il meccanismo di questa resa dell'agire critico all'agire sociale è stato sino a oggi messo eccessivamente (ma strategicamente) in ombra dalle teorie o scienze della ricerca, sottoponendo ogni evento critico a uno sguardo analitico già interamente normativo, conformato a valori e situazioni preesistenti. Il sapere ha qui svolto prevalentemente le funzioni di polizia che l'ordine costituito esercita nei confronti dei "bassi fondi"; picchettando la linea di confine che li separa dal resto della città; lasciando che i bisogni della gente che vi si agita dentro siano interpretati, sfruttati, ma non ascoltati.

A opera di questo sguardo sapienziale, comune a chi esercita il potere e a chi vorrebbe esercitarlo, il fatale affidamento della critica ad altro da sé, ad altro dal suo immediato insorgere, sarebbe dunque l'unico modo in cui essa si può fare legittima espressione di un soggetto e di un conflitto sociale. A opera dello stesso sguardo – cieco, sordo, ma estremamente loquace – l'agire critico o viene confinato nella psicologia e al massimo nell'immaginazione, nella patologia e nella trasfigurazione artistica, o viene elevato sino a coincidere con le religioni o ideologie o scienze cui le diverse ma connesse componenti dei sistemi sociali affidano la costruzione della realtà, la sua modificazione, la sua interpretazione, la sua conquista, il suo riscatto.

Così accade ed è accaduto che la critica abbia sempre più perso le sue ordinarie radici sensoriali e affettive nelle forme di spaesamento, paura e aggressività della vita quotidiana, ma, istituzionalizzata come forma specifica dei conflitti di socializzazione, abbia invece accolto in sé, svuotata di esperienza vissuta, tutte le retoriche astrazioni dell'uto-

pia e tutte le astuzie cognitive del potere. Prima d'ogni altra, la capacità di persuadere il singolo soggetto dell'esperienza a essere inscritto nell'icona di una soggettività generale (soggetto storico, soggetto di classe, di genere, ecc.). Così lo statuto ufficiale della critica si è fatto paradossale legittimazione di ciò che, avendo a sua ragione solo un punto di vista parziale, soggettivo, pretende invece di oggettivarsi e "riflettersi" in un principio universale, buono per tutti. L'impulso alla separazione che anima la critica si traduce e potenzia in una forma di persuasione diametralmente opposta, volta a instaurare legami, vincoli, leggi. Oppure essere gettata nell'inferno o nel limbo dell'infondatezza.

Si pensi alle forme storiche assunte dalla critica delle religioni o del capitalismo o del regime familiare o del consumismo o dell'arte o dei media. Tranne particolari eccezioni, e comunque stando al senso comune prodotto da ciascuna di queste critiche e dal loro insieme, in quale misura, se non minima e strumentale, sono potuti restare in primo piano gli ingredienti di base dell'agire critico delle singole persone, le province di senso che in quell'agire si manifestano (e si manifestano come tali, non come elementi di una teoria più generale, pretesto di una sequenza di fatti concreti resi lineari grazie a una rappresentazione astratta, conseguente, egemonica)?

Certo, qualsiasi approccio almeno apparentemente, almeno programmaticamente non fideistico, ci ha sempre avvertito sul fatto che – per quanto sia sempre emotivamente caricata di pretese oggettive, di promesse di verità e salvezza – la critica in se stessa non consiste nella separazione del bene dal male di un costume o del giusto dall'ingiusto di una linea di condotta o del bello dal brutto di una scelta espressiva, ma riversa tutta la sua portata semantica e operativa sui soggetti che la esercitano, sulla coerenza o meno, efficacia o meno, dei modi e delle condizioni in cui essa, la critica, si fa strumento di determinati interessi rispetto ad altri, di determinati bisogni rispetto ad altri, di determinate sensibilità rispetto ad altre.

Sicché la critica è sempre sottoposta alla critica. Ma come la storia, è scritta e riscritta dai vincitori. Tutto ritorna alla logica performativa dei conflitti di potere, micro e macro, locali e globali. Ma ecco che al punto più criticamente sofisticato di una critica della critica, il cerchio si chiude su se stesso, escludendo dal quadro degli elementi significativi proprio l'esperienza lacerante dell'evento critico in quanto tale: là dove l'azione di criticare è appunto tutta sostanziata dalla convinzione di non stare usando tecniche di potere, ma di "crearne" invece il contenuto a noi individualmente più corrispondente. Convinzione solo in parte illusoria, poiché, ben sapendo quanto nella modernità riferirsi all'individuo significhi evocare sistemi e reti di relazione materialmente garantite e condizionate da innumerevoli e potenti piattaforme tecnologiche, sappiamo tuttavia altrettanto bene – e soprattutto, a differenza dei saperi istituzionali, lo sanno le più avanzate strategie di marketing – che, dentro la funzionalità e ancor più l'entropia di tali piattaforme, resta ancora aperta e anzi si va potenziando la dimensione "singolare" dei singoli individui.

Nell'ambito della vita quotidiana, la vita ordinaria, comune, di tutti i giorni, quella del tempo domestico e privato, ma anche del nostro intrattenerci nella sfera pubblica, siamo attori di una serie infinita e minuta di giudizi critici, stratificati a diversi livelli di formalizzazione sociale e dunque di rilevanza collettiva. Comunque, se restiamo attenti – così come siamo sensibili – ai livelli più bassi, profondi, del nostro agire critico, noi tutti facciamo i "critici" quando qualcosa – comportamento, immagine, scelta, ambiente – non "ci sta bene". Non "ci appartiene". Non ci corrisponde. Perché disturba la nostra persona, insidia il nostro modo di vivere e percepirci. Mette in discussione il nostro modo d'essere. È fuori luogo, fuori posto, dunque non al punto giusto – una cosa in-giusta – rispetto alla costruzione della nostra stessa identità. Qual-

cosa di alieno alla nostra natura, straniero, strano, errato. Pericoloso. Inquietante. Un "fatto" che non intendiamo riconoscere per tale. Un "fatto" che vogliamo "dis-fare". Perché ci spinge istintivamente, passionalmente, su un territorio incerto, in cui possiamo correre il rischio di perdere poteri e legami acquisiti, simpatie mirate e consolidate, posizioni di rilevante grado tattico o strategico. E, dunque, possiamo correre il rischio, l'azzardo, di dovere, proprio per questo, affrontare una nuova contrattazione dei valori sino a quel momento negoziati, legittimati, investiti.

Ma proprio per questo, la paura di perdere terreno – in ordine ai propri affetti, interessi, desideri e in ordine alle nostre credenze, attese, rappresentazioni – ci spinge a rafforzare ogni perplessità, ripulsa, disgusto, dissenso, opposizione, negazione e quale altro nostro giudizio personale, facendo ricorso a piattaforme argomentative esterne, pre-esistenti, in grado di fornire ragionate motivazioni etiche, morali, sociali, familiari, professionali, estetiche, ideologiche, politiche, psicologiche, strumentali o altro. Dal "fatto in sé" passiamo così a un sistema di valori. Il fatto che ha acceso la nostra reazione critica era nelle cose; il valore si fa invece più forte delle cose, è sovrano sui fatti, assorbe nella propria economia politica l'intera scena del conflitto, innalza, astrae alla propria altezza tanto l'oggetto quanto il soggetto della critica.

Il giudizio di valore, sradicato dalla sua prima configurazione interiore, localistica, situata, si fa "dover essere" e non vita vissuta, cioè essere nelle cose, esserci, fenomeno, campo di forze in atto. Anche nei contesti di appartenenza meno controllati e controllabili, sappiamo bene di essere sospinti da bisogni interiori del tutto contingenti, eppure già tutti impastati dei valori e delle credenze che compongono la nostra persona, la strutturano non appena prendiamo forma nei e dai processi di socializzazione. Ma questa già compiuta, organica miscela di fattori comportamentali (psicosomatici, culturali, mentali), questa mistu-

ra di tensioni tanto endogene quanto esogene, ai limiti della nostra natura mortale, non ci basta. Non basta alla paura di vedere franare la fiducia necessaria a poter vivere il mondo, sentirlo nostro, condividerlo. Siamo allora sempre di nuovo portati a ripetere il meccanismo genetico che ha presieduto la costruzione umana del sacro, regimi di senso fondati sulla distanza, alterità, fantasmatizzazione, astrazione quanto più i bisogni da confortare sono quelli della prossimità, dell'appartenenza, della concretezza, del senso intimo delle cose.

Mossi a criticare ciò che nella fragranza della vita ci assale, cadiamo inevitabilmente nella tentazione di trovare in altro – tradizione, icona, potere, movimento, ideologia – le certezze che ci mancano. Così arriviamo a "trascendere" il bisogno immediato di ridurre alla nostra portata la realtà, cercando un punto di forza altrove, in una sfera ordinatrice superiore. E quanto più superiore, tanto più in grado, grazie alla sua illimitata potenza, di "toccarci". Così la forza destrutturante della critica si affida – e affida il suo trauma – alle forze strutturanti della società, alle sue gerarchie e ai suoi rapporti di potere, identificando in tutto ciò che ci sovrasta qualcosa di sovrannaturale per quanto sia terreno, di giusto e coerente per quanto sia fallibile. La dimensione microfisica in cui viviamo i punti di crisi che danno corpo e voce alla critica viene sussunta nella dimensione macro della storia, dei soggetti che la guidano, dei loro modelli di organizzazione e conflitto.

Ecco, è qui che conviene riflettere: ragionare, sì, ma cercando di immergersi nuovamente nel dis-ordinato insieme di impulsi e passioni da cui ha avuto origine l'iniziale reazione critica, il suo evento, il suo accadimento divisore, diabolico e inconciliante. In cui, ora come allora, si accende la sensibile rivelazione di un conflitto senza mediazione possibile, in cui si è "fatto presente" il problema della nostra diversità, parzialità, il rischio che essa non possa sopravvivere come tale e che comunque sia destinata a non sopravvivere. È su questo crinale che si apre il luogo per

domandarci se non sia meglio abbandonare ogni consolante affidamento alle sfere trascendenti di un giudizio di valore e vedere se non sia invece possibile criticare il "fatto" stando dentro le cose che lo hanno prodotto in stretta relazione con noi stessi. Tornare all'esperienza diretta di un operare – espressivo, politico, etico – che, nella sua specifica determinazione di "cosa" interveniente sul nostro equilibrio o pretesa di equilibrio, ci procura sofferenza, disagio, sfiducia. Riportare nei confini dell'immanenza ciò che abbiamo gettato o ci è stato imposto di gettare nelle sfere della trascendenza. Recidere quando, come e dove possibile la sudditanza verso sovranità laiche o religiose che sono comunque il frutto di noi stessi, avendo tuttavia perso ogni possibilità di modificarle dal basso, di rivedere le norme che avrebbero dovuto garantirci. Lavorare "in proprio" sul fronte così delicato dei modi in cui ci accade di percepire dal vivo le nostre forme dell'abitare, resistendo così a consegnarle immediatamente proprio all'autorità che ce le fa rubricare come nemiche o amiche, ordinandole a proprio piacimento molto più che a piacimento della nostra istintiva esperienza, del nostro effettivo bisogno.

Orientare il nostro agire critico in una direzione così poco disponibile a farsi strutturare socialmente non significa guadagnare in sicurezza o felicità e tanto meno facilitare il nostro rapporto con il mondo e con gli altri. Tutt'altro. Prospetta un faticoso lavoro di verifica diretta, circoscritta, dei propri pre-giudizi a fronte della propria esperienza. È nell'appassionata identificazione e destrutturazione di questi pregiudizi che possiamo riuscire a recidere la violenza dei meccanismi di esonero con cui siamo quotidianamente portati ad affidare la nostra sicurezza a realtà trascendentali, a valori imposti da legami sociali gerarchicamente predisposti a un nostro uso passivo, rituale, affermativo. È nella produzione di un sapere situato, frutto di relazioni tanto più significative quanto più mirate e dunque provvisorie, tanto più forti al loro interno quanto più deboli al loro esterno.

Si pensi, invece, a quanto distanti dalla loro verifica empirica siano le critiche correnti sui media e sui consumi. Quanto inadeguati i presupposti che vengono messi a fondamento della critica della violenza o della stupidità o della falsità dei programmi o dei costumi. E si convenga su quanto il giudizio che diamo di un qualsiasi prodotto dell'industria culturale, positivo o negativo che sia, non fa altro che applicare stereotipi generali, troppo distanti dalla nostra persona anche quando – poiché essi stessi sono entrati dentro la corteccia emotiva dei nostri orientamenti – ci sembrino sgorgare dal cuore o fare appello a una certezza indubitabile. Si ammetta la nostra tendenza a ragionare facendo forza sulle nostre sicurezze invece che sulle nostre paure, a sanzionare in base a ciò che siamo portati a legittimare invece che in base a quanto ci appare ingiusto, crudele, informe, pericoloso, distruttivo. Ammetterlo è importante se vogliamo trasmutare i nostri valori all'altezza di tempi così critici come quelli attuali. Se vogliamo rigenerare la sostanza mitica, simbolica, immaginifica, su cui ci è dato vivere. Se vogliamo azzardarci di riandare alla fonte più intima delle nostre paure, compresa la morte: tutto ciò, dunque, di cui a parlare sono oggi proprio le forme più estreme dell'immaginario collettivo prodotto dai media e dai consumi. Se, infine, uscendo dall'autoreferenzialità dei processi di sacralizzazione e desacralizzazione della modernità, dalla loro troppo esangue reciprocità, vogliamo aprire un ciclo nuovo di rappresentazioni sociali, riportando nei confini della nostra tragica immanenza alle cose anche la finzione di trascendenza che ci serve, la quasi-trascendenza di cui ammantiamo ogni forma di potere.

Proprio assecondando forme di critica che si fanno autorevoli e forti di una immediata appartenenza a valori socialmente precostituiti, strutturati, normativizzati, e al contempo svuotati di ogni autentica sacralità, di ogni reale investimento simbolico, il soggetto di tale assuefazione sociale, rinunciando a contare sulla propria paura e debo-

lezza, rinuncia alla ben più preziosa immediatezza di eventi critici – emergenze puntuali, contraddittorie, irriducibili, ingovernabili – in cui e per cui ritrovare la potenza creatrice, la capacità poietica necessaria a rielaborare la "natura esterna" in realtà, l'ostilità dell'altro da sé in un mondo di relazioni possibili.

Il senso di questa interpretazione della critica è mirato a proporla come atto di sottrazione dai paradigmi, dagli statuti e dalle istituzioni della critica. Come tale può funzionare da base per un ragionamento più circostanziato sulla critica del testo, si tratti di una pagina scritta o di un film o di un video. Infatti, a volere distinguere in due grandi filoni la storia della critica, la storia sociale delle teorie e tecniche della critica, torna utile proprio la distinzione fondamentale che abbiamo indicato – radicalizzando un'opposizione che nei fatti risulta molto più diluita, confusa, anfibia – tra un agire critico che resta dentro l'irriducibilità del suo evento e un agire critico che si consegna immediatamente a un contesto di valori già strutturati in norme sociali e nella loro autorità. Nel proporre questa distinzione in termini programmaticamente, politicamente, alternativi, si è fatto un uso particolare della letteratura sul sacro, da Émile Durkheim e Georges Bataille in poi. Ma non si è privilegiata l'idea che la dimensione del sacro, cognitivamente infondata eppure concretizzata nelle forme politiche premoderne e nelle religioni storiche, abbia funzionato da "calco" anche per la dimensione moderna, mondanizzata, desacralizzata, dei processi di socializzazione e delle varie forme di potere in cui la realtà viene costruita e agita. Si è preferito invece rafforzare – recuperando l'eredità più antisociologica delle sociologie del sacro – l'idea che proprio questa dimensione irrazionale, istintiva, emotiva, sia il permanente spazio genetico di un'esperienza umana che rinnova sempre il suo conflitto interiore – interiorità tutta psicofisica, vincolata a una corporeità immersa nella

paura e nel desiderio di sopravvivenza – con la natura ostile, nemica, mortifera del mondo esterno.

Ne consegue che la distinzione da tenere presente per trovare e applicare una stessa contrapposizione nel campo della critica testuale, deve accentuare la divergenza di fini e risultati tra l'agire critico e il pensiero critico, laddove con il primo si intende mettere al centro della critica il suo versante più profondo, mitopoietico, immaginifico, mentre con il secondo si privilegia il suo versante più socialmente strutturato, il suo diretto rispecchiamento nei rapporti di potere delle identità e dei conflitti precostituiti.

Allora i due percorsi critici di cui cogliere la differenza, la reciproca criticità, sono da un lato le pratiche interpretative che restano rigorosamente all'interno del campo di forze, dell'economia politica, del testo in quanto "mondo possibile", e dall'altro quelle pratiche rivolte ad analizzarlo alla luce di una gerarchia, di una struttura di valori esterni. Da un lato si dà lo sforzo di coinvolgere interamente la propria soggettività nell'oggetto d'analisi, ricavando esperienza vissuta dalle sue dinamiche interne e dalle sue aperture all'esperienza che noi abbiamo del mondo. Dall'altro lato si applica invece un procedimento di astrazione teorica, rispetto alla quale la concretezza del testo è filtrata da sistemi valoriali resi autonomi dalla loro legittimazione esterna, dalla loro generalità, dalla loro funzionalità istituzionale e sociale.

Qui, l'evento testuale è messo ai bordi nel fungere sia da base di partenza del discorso critico sia da punto di arrivo, verifica, spiegazione. Nei casi più "religiosi", scientifici o accademici, il punto d'arrivo è addirittura l'autorità del metodo, cioè l'ulteriore conferma o il rafforzamento dei valori applicati; tanto che, significativamente, il testo sprofonda nel retroscena, è infine ridotto a pre-testo. La luce di cui lo si fa godere o l'ombra in cui viene gettato dipendono comunque da giudizi che hanno la loro veridicità altrove, in altri soggetti e altri interessi.

Ma proprio a questa strategia le istituzioni della critica assegnano quella cura filologica o storicista, estetica, sociologica o semiotica, quella forma di gerarchizzazione, selezione, conservazione, restauro e valorizzazione dei testi, che invece avrebbero in disprezzo quanti del testo vivono direttamente, sempre di nuovo, l'esperienza viva di un accadimento, di una forma di consumo produttivo in grado di rimettere in gioco dal proprio interno, per via sensoriale, la "criticità" dei soggetti e dei poteri che vi si esprimono e che vi prendono corpo, appunto, solo grazie all'evento immaginifico e "mutante" della fruizione.

Si badi bene al fatto che serialità, ripetitività e forte stereotipizzazione costituiscono la caratteristica più forte dei prodotti di consumo quanto più essi si allontanano da modalità cognitivamente strutturate, assecondando invece quelle emotive, soggettive, in apparenza meno coerenti. Ma questo non contraddice la loro fertilità critica poiché, appunto privilegiando le tecniche del corpo (imitazione e ripetizione) al posto delle tecniche del sapere, realizzano la piattaforma espressiva più consona a un'immersione del soggetto in un'azione diretta sulle cose a cui il testo rimanda.

Ma secondo il senso comune imposto dai regimi istituzionali della critica, i modelli di un'azione tutta partecipata, interna al testo, tutta soggettiva, esperienziale, appaiono assai meno obiettivi, quindi assai meno degni di quella legittimazione e credibilità che i modelli di un pensiero socialmente strutturato e padrone di sé ottengono proprio in nome della critica in quanto valutazione della corrispondenza o meno di un testo a un insieme di norme. Così l'agire critico, al cospetto di questo senso comune, appare persino pericoloso, deviante. Come devianti vengono indicati molti orientamenti di consumo, a discendere da quello – archetipico, ancora eredità e permanenza del sacro, doppiezza delle sue forze, al tempo stesso distruttive e generative – delle droghe, naturali e artificiali, cioè delle pratiche, sostanze, tecniche, in grado di produrre stati al-

terati della coscienza: arti e tecnologie, dunque, indirizzate a deviare altrove la percezione razionale, controllata, "normale" delle cose.

L'agire critico si manifesta in un impulso a consumare il testo, a viverlo esattamente per quello che è: un insieme di immaginazioni, sensazioni, emozioni. Nessuna distanza da esso. Nessuna sua estensione al di là dei domini dell'esperienza che se ne appropria. Nessun risultato trascendente, se non una specifica dimensione di intrattenimento: abitare un territorio esperienziale dotato di densità ed estensioni diverse da quelle della vita sociale, ma altrettanto reali, anzi di più. Nessuna conseguenza se non quella, consumandolo, di avere manipolato, tradito, il testo in qualcosa d'altro e insieme l'unica possibile: esserci.

Mentre, nell'altro caso, quello del pensiero critico, la collocazione semantica di un testo viene garantita nello spazio delle garanzie sociali, strappata al carattere unico e irripetibile dell'evento per essere elevata alla continuità-discontinuità del tempo socialmente strutturato, alle sue tradizioni e ai suoi canoni, a quelle grandi astrazioni della sovranità, dell'autorità, con cui il moderno ha dato potenza trascendentale, efficacia religiosa, alle sue forme – mondane – del potere. Il sapere critico sfrutta in tal modo ogni forma di esperienza testuale, evocando a sé ciò che invece appartiene a lei: la dimensione rigeneratrice delle pratiche di simbolizzazione che il soggetto è portato a vivere nel testo secondo i modi attivi della propria parzialità – ripetiamo: ferita originaria, spaesamento, paura, desiderio di affermazione – e non nei modi passivi della sua solidarietà con il mondo esterno (solidarietà che, se non viene sempre di nuovo immersa nella sua sostanziale impossibilità e impraticabilità, si sterilizza e impoverisce).

Per dare qualche prova storica e qualche conseguente spunto teorico a quanto stiamo dicendo, basta riandare al momento in cui nella modernità si manifesta con più chiarezza la divergenza dell'agire critico dal pensiero critico. È la fase in cui, a farsi critici del testo, furono gli autori stes-

si, spinti a intervenire all'interno della loro produzione testuale – si pensi a Edgar Allan Poe – per rigenerare le forme del consumo letterario a fronte dei clamorosi mutamenti della composizione sociale dei contesti nazionali più avanzati, mutamenti determinati dai processi di industrializzazione e di massificazione. Se criticare significa assumere un punto di vista, de-oggettivizzare i fatti, dividere e destrutturare ciò che si presenta compatto, negare e ridistribuire poteri, ridisegnare destini, la critica di questi autori è consistita nel fare tutto ciò rigenerando la produzione testuale in vista del suo consumo. "Critica del testo" qui significa metterlo in una crisi irreversibile ri-scrivendolo con i materiali della propria immaginazione. Significa non distanza tra critica e testo, ma azzeramento di questa distanza, annullamento della vocazione sociale a colmarla positivamente. Significa una rivoluzione del testo che abbandona i privilegi storici della scrittura come linguaggio superiore, per eccellenza codice strutturato socialmente e normativo, cominciando invece a lavorare direttamente sull'esperienza vissuta, quella in cui individuare, dandogli espressione, corpo, un consumatore formatosi nelle forme di intrattenimento quotidiane e non nell'autorità del testo scritto (di tutto questo, allo scoccare del Novecento, sarà il cinema a farsi carico e infine la televisione).

La pagina scritta si anima allora di scenari, figure, situazioni, conflitti che possano contare su un lettore emotivo, istintivo, portato a immergersi nel testo sempre più come se si trattasse di un'avventura reale, di una prova di esperienza. Il testo scritto – sempre più sceneggiatura di situazioni extra-testuali – si apre alla contaminazione di esperienze immaginifiche provenienti dallo stesso ambiente polimorfo, multisensoriale, emotivamente alterato, delle masse metropolitane. È qui che i soggetti di queste esperienze si riconoscono e provano le forme di mitologizzazione della realtà di cui hanno bisogno per vivere.

Siamo nella prima metà dell'Ottocento; agli albori dell'industria culturale. Ma è necessario raggiungere la piena

comprensione di questo rapido transito delle strategie testuali. Da una dimensione sociale gerarchicamente strutturata secondo i modi e i contenuti della scrittura si passa a quelle di dimensioni esperienziali che accolgono in sé una fantasmagorica moltiplicazione di forme di comunicazione, molto più radicate nella lunga durata dei processi di formazione socioantropologica della civiltà di quanto sia stata la scrittura. Esse non hanno più la loro forza soltanto nella parola, ma anche e soprattutto in una automatica percezione e divulgazione del mondo, di cui il dispositivo fotografico, fu al tempo stesso rivelazione, metafora e strumento.

Questo clamoroso transito – che potremmo centrare nell'ingresso in una economia politica del "visuale" – va compreso per valutare la violenza con cui il pensiero critico – nelle sue forme religiose e laiche di trascendenza – ha tenuto a mantenere una posizione di dominio sull'agire critico. Basti qui rimandare alle profonde divergenze di prospettiva, divergenze politiche, tra i modelli critici teorizzati da Max Horkheimer e Theodor W. Adorno (con gran parte della Scuola di Francoforte e dei suoi epigoni), e quelli avanzati da Walter Benjamin, Marshall McLuhan, Edgar Morin.

Sta di fatto che ancora oggi – e forse, per ovvi motivi di sussistenza corporativa, più di ieri – vi sono assai pochi punti di comunicazione possibile tra il filone dell'agire critico, portato avanti dalle dinamiche di consumo dell'industria culturale, e il filone del pensiero critico, fondato sull'autorità del moderno e sostenuto dai valori di stabilità e continuità delle sue tradizioni sociali, politiche, religiose, etiche, giuridiche, estetiche, tecnologiche, mediali. Il primo schieramento dispone di produttori e consumatori, di figure cioè sempre meno portate a teorizzare, sempre più capaci soltanto di "fare", creare e distruggere. Prossimi al senso della vita, eppure inibiti nelle strutture che la controllano e governano. Il secondo schieramento dispone invece di professionisti, funzionari, burocrati, amministratori e intellettuali. I primi sono immersi nella

materia generatrice della produzione di senso. I secondi sono sommersi dalla pesantezza dei propri apparati.

Stiamo schematizzando, naturalmente. Lo facciamo per dare una misura alla differenza vocazionale, culturale, che divide gli uni dagli altri. Per "dipingere" le diverse situazioni cui appartengono. Eppure si può trovare questo divario persino nell'ambito dei cultural studies e nella faticosa emancipazione che, divergendo dal loro sovraccarico intellettuale e sociologico, i visual studies stanno cercando di realizzare. Indirizzo di studi, del resto, che fa parte del quadro di una riflessione mediologica compiuta in ambiti intellettuali – filosofici, antropologici, sociologici, artistici – di grande peso anche per la storia del pensiero critico.

Vi è infatti un passaggio ancora più calzante per spiegare l'incolmabile distanza tra i due paradigmi in questione e riguarda il ruolo svolto dall'agire critico delle avanguardie storiche tra gli anni Dieci e Trenta del Novecento. Esse vanno interpretate come l'ambiente genetico in cui nascono anche le inaudite – dopo Nietzsche e prima di Foucault – posizioni del Collège de Sociologie, in particolare laddove queste hanno privilegiato, al posto dell'autorità delle norme sociali, l'anomia, l'irriducibile, l'impossibile, il paradosso (a partire da quello di coniugare insieme la critica dell'economia politica di Marx e la psicoanalisi di Freud, il conflitto di classe e l'eros). Ancora una volta il sacro. Dunque la produttività sociale del caos. La produttività semantica dell'esoterico. La produttività conoscitiva della morte, del male, della malattia, della corruzione. La produttività espressiva di ogni alterazione dell'esperienza. La produttività individualizzante del desiderio, delle sue dissipazioni, del suo non-sapere (Georges Bataille).

Si pensi alla procedura creativa della "scrittura automatica", significativamente applicata, tale e quale, anche con materiali visivi (quasi sempre conservando, come parte integrante dell'opera, i supporti fisici tanto delle parole come delle immagini). Frammenti di frasi o di figure private di

ogni precedente ordine e coerenza, pescate a caso, direttamente, dai precedenti contesti semantici in cui assolvevano funzioni strutturali, normative, valoriali. Campi di osservazione di ciò che, sempre più automaticamente, oltre le persone ma nelle persone, si andava connettendo al di là dei legami prestabiliti della realtà. Mondi del "reale" appunto per il fatto di non accettare le regole della realtà. Linguaggi connaturati a una percezione tutta esperienziale e per nulla sapienziale (che poi Duchamp o altri potessero implicitamente riversare il loro agire critico anche su una fitta rete di riferimenti, persino filologici, alle tradizioni più autorevoli dell'arte, è altro discorso). Messa in scena psicosomatica, inconscia, deliberatamente contrapposta alle finzioni della società per dare luogo agli eventi mitopoietici, rigenerativi della coscienza interiore dell'individuo, della sua diversità altrimenti ordinariamente "sacrificata".

Il modo surrealista di raffigurare testi intraducibili in pensiero critico – tranne, come purtroppo accade di sovente, a prezzo di schematiche se non ridicole operazioni di significazione sociologica, ideologica o estetica – è intimamente connesso con il clamoroso fatto per cui il mondo esterno, attraverso la sua progressiva smaterializzazione in immagini (stampa illustrata, manifesti, fotografie, vetrine, cinema), si è fatto poroso, malleabile, prestandosi a concatenazioni di per sé traumatiche allo sguardo del singolo e, proprio per questo, significative di ciò che la vita è al di là delle sue apparenze, dei misteri inspiegabili che nasconde, delle forze occulte che la minacciano, delle elaborazioni simboliche che impone.

È stata la sua connivenza con il surrealismo – con la sua introspezione immaginifica, le sue alterazioni della percezione, la sua comunicazione inconscia, virale, destrutturata – a guidare le analisi di Walter Benjamin. Ed è questa l'eredità di cui i visual studies, in un ambiente mediale incredibilmente più vasto e profondo, più connesso e sconnesso, ormai così esplicitamente post-alfabetico, dovrebbero farsi carico.

Le innovazioni tecnologiche della tarda modernità e del post-industriale hanno lavorato sempre più sulla superficie del mondo esterno, sempre più dunque nello spazio relazionale dell'esperienza vissuta delle cose, favorendo la loro manipolazione culturale, l'interazione che ne modifica i poteri, i fini, gli effetti e così anche la legittimità o meno dei soggetti che, rispetto a esse, sono sudditi e sovrani. I modelli critici che restano riferiti alle strutture testuali, come strutture normative interamente assorbite nella tradizione cognitiva dei processi di socializzazione (comprese le costruzioni neo-religiose di cui essa è stata capace, traducendo in trascendenza la sua sovranità terrena), perdono la possibilità di cogliere ciò che accade in forme di consumo sempre più distanti da quella tradizione. Il consumo sensoriale del magma visuale in cui siamo immersi lavora sulla patina dei testi che fruisce e riproduce nella propria immaginazione; in questa patina – o "aura" – si deposita il passato e il futuro del presente. Infatti, lo sguardo che l'agire critico getta sui media contemporanei sfibra le linee del tempo a cui sono legati i linguaggi dominati dalla scrittura, percepisce i flussi audiovisivi in una sorta di campo di forze senza direzione prestabilita, luogo che, nel linguaggio di Internet, viene detto "zona", spazio che non ha cornici ma presenze.

Cultura
Fausto Colombo

Il termine cultura è da molto tempo al centro di un'ampia discussione che coinvolge antropologi, etnografi e storici, nonché una vasta gamma di studiosi di altre discipline che (come nel caso degli storici delle arti e dei media, degli estetologi o dei semiotici) incontrano sulla loro strada molte questioni connesse con la dimensione propriamente culturale della vita sociale. Come sempre accade con le riflessioni onestamente interdisciplinari, quella sulla cultura si è materializzata in una rete molto complessa di risultati e di dubbi. Qui si proverà a ricostruire questa rete attorno a tre linee conduttrici.

La prima descrive la cultura come "memoria". Sotto questo profilo è cultura ciò che di una società si deposita nel tempo, sia esso "ciò che di meglio è stato prodotto o pensato" o più semplicemente ciò che resta a valle del processo di trasformazione storica, per esempio dopo grandi conflitti o profonde rivoluzioni. Le condizioni per cui una cultura esista in questo senso sono due: da un lato la permanenza di tracce riconoscibili (miti e storie condivise e tramandate, testi, monumenti di varia natura, "forme culturali" presenti nelle coscienze di artisti e letterati); dall'altro l'esistenza di agenzie cui è riconosciuto il compito di accreditare quelle tracce e di separarle da altre, ritenute non pertinenti. Esempi di questa concezione di cultura sono tutte le forme di individuazione di canoni (il classico contrapposto all'effimero), di scorporazione in base a valori (cultura alta *vs* cultura bassa, prodotti d'autore *vs* prodotti di serie, e così via), di determinazione di contenuti educativi (ciò che deve essere fatto oggetto di studio *vs* ciò che è lasciato al gusto personale). Tra i soggetti che se ne fanno garanti troviamo le istituzioni pubbliche in generale (istituzioni internazionali,

Stati, enti locali), le istituzioni propriamente culturali (università, accademie, musei), le stesse imprese, culturali (per esempio l'editoria) e non (si pensi al ruolo del mecenatismo o della sponsorizzazione). È del tutto evidente da questa sommaria descrizione che la cultura come memoria è il frutto di una negoziazione, e soprattutto di una selezione che dipende dall'articolazione della società e dei suoi poteri: il che non toglie che i soggetti implicati nella produzione culturale o nel suo consumo possano non avvertire costrizioni di sorta, soprattutto in società fortemente coese o caratterizzate dalla presenza di una gerarchizzazione condivisa.

Una seconda linea interpretativa considera la cultura come "circuito comunicativo". In quest'accezione l'enfasi è posta sui processi dinamici di circolazione di contenuti e forme in una società data. È cultura appunto ciò che circola: idee, gusti, stili. La moda, con la sua transitorietà programmatica, esemplifica benissimo questo aspetto. Separata da gerarchie di valore, la cultura si definisce per la sua capacità di contaminazione dei soggetti che entrano in contatto con essa. All'interno di questa prospettiva si distinguono approcci che privilegiano l'orizzontalità del circuito e approcci che invece descrivono quest'ultimo come essenzialmente verticale. Gli approcci orizzontali sottintendono una sorta di viralità trasmissiva, dipendente dalla congruenza di contenuti e forme della produzione con atteggiamenti diffusi a livello più o meno conscio nel pubblico. Ciò che ha successo e si diffonde sarebbe dunque ciò che – in quel dato momento e in quel determinato luogo – è più consono a bisogni, desideri o semplicemente aspettative dei soggetti che lo fruiscono. Gli approcci verticali, viceversa, sottolineano la capacità direttiva di alcune agenzie che sarebbero in grado di controllare i flussi comunicativi e di conseguenza di instillare nel pubblico contenuti e forme peculiari (e di solito vantaggiose per le agenzie stesse: si pensi alla propaganda per i soggetti politici o alla pub-

blicità per le imprese). Gli studi sui media hanno spesso presentato modelli di questo tipo (dalla teoria ipodermica alla *Cultivation Theory*), che sembrano essere molto presenti anche in alcune analisi anti-globalizzazione.

Nell'ultima prospettiva, la cultura si può intendere come "risorsa identitaria": è cultura ciò che consente l'emersione, in una società data, di uno o più "noi", intendendo con questo termine formazioni collettive legate da una comune identità accettata da tutti i membri. Valori, norme, patrimoni culturali condivisi permettono ai molti "io" di riconoscersi l'un l'altro, e anche di osservare o presupporre la differenza rispetto ad altri "noi". Le definizioni di cultura che afferiscono a questo modello possono assumere forme assai diverse a seconda che siano collocate all'interno di prospettive etnografiche o invece facciano parte delle riflessioni sull'articolazione sociale in classi e ceti. Nel primo caso, infatti, le gerarchie sociali saranno riconosciute come legittimate dalla cultura condivisa (che fissa i criteri di percorrenza della verticalità sociale, a partire da modelli rigidi o elastici di gerarchizzazione). Nel secondo, invece, la gerarchia viene interpretata come base delle norme e dei valori: esemplare da questo punto di vista il contributo di Pierre Bourdieu in relazione al capitale culturale, inteso come risorsa che legittima le differenza (di classe) fra appartenenti alla medesima società.

Cultura di massa
Alberto Abruzzese

Un termine – al pari di immaginario collettivo o industria culturale – tanto diffuso e apparentemente semplice, quanto complesso. La sua giusta definizione costituisce ancora oggi un problema nel campo delle teorie e delle pratiche, degli studi sulla comunicazione e delle strategie politiche e amministrative. Per cogliere il senso della cultura di massa bisogna ricostruirne la genesi nei vasti processi di industrializzazione e metropolizzazione della vita quotidiana. La prima metà del XX secolo è stata l'epoca del suo consolidamento strutturale, dovuta al processo di inclusione delle classi subalterne nella vita pubblica e alla conseguente estensione di consumo delle informazioni. Alcuni hanno letto in questo fenomeno il segno della progressiva decadenza della cultura. Altri vi hanno individuato i segni della sua democratizzazione. Da un lato, si sottolineano i rischi della banalizzazione e della dequalificazione dei prodotti culturali massificati (Horkheimer, Adorno 1947). Dall'altro, si mette in rilievo la loro portata sociale, il grado di emancipazione realizzato grazie al raggio di espansione della loro fruizione verso strati di popolazione che ne erano tradizionalmente esclusi prima di allora (Shils 1969). Queste opposte tesi – una opposizione sintetizzata da Umberto Eco (1964) nella fortunata definizione di "apocalittici e integrati" – hanno caratterizzato a lungo il dibattito sull'industria culturale nella sua fase di gestazione e di sviluppo. Ma si trovavano già espresse e criticamente interpretate nella riflessione ottocentesca di de Tocqueville. Questi aveva descritto con acuta sensibilità sociologica l'integrazione fra cultura delle classi dominanti e cultura popolare negli Stati Uniti del XIX secolo, e aveva anche fornito preziosi elementi di valutazione complessiva di tale fenomeno giudicandolo

sia come fattore di promozione dell'uguaglianza sociale, sia come causa di invidia generalizzata e quindi come minaccia per i legami sociali.

Quasi tutti gli studiosi della società di massa – per quanto con valutazioni diverse – concordano nel sostenere che essa tende a fare scomparire ogni forma di separazione tra cultura alta e cultura bassa. Vengono messe in campo analisi connesse ai processi di socializzazione. Il consumo culturale si distribuisce secondo una logica che non sempre corrisponde a quella della stratificazione sociale, anche se alcune evidenze in senso contrario sono messe in rilievo dal sociologo Pierre Bourdieu (1979), più sensibile al dominio economico-politico sui soggetti sociali subalterni. La diffusione della cultura non avviene più secondo una struttura piramidale per cui un vertice ristretto elabora gusti e valori che, una volta consumati e divenuti obsoleti, sono fatti propri dalla base (il cosiddetto modello *trikle down*), ma riproduce piuttosto il modello di una cultura a mosaico (Moles 1967) in cui convivono più fonti e più centri di elaborazione culturale, dall'alto verso il basso così come dal basso verso l'alto. Al punto che alto e basso non costituiscono più entità opposte, ma concorrono alla formazione di un medesimo ambiente culturale, ibrido ma al tempo stesso fluido, predisposto alle regole generali della moda e dei linguaggi del corpo: ripetizione e variazione.

Nella società di massa il sistema di produzione e riproduzione della cultura è organizzato secondo criteri di tipo industriale e come tale si svincola dalle regole del passato, ma soggiace anche a nuovi condizionamenti. Ad esempio, un artista dipende non più da una corporazione come in età medievale o da un mecenate come nel Rinascimento, ma direttamente dai vincoli del mercato artistico. In linea di massima gli autori si trasformano tendenzialmente in produttori salariati (proletarizzazione del lavoro intellettuale); i testi vengono standardizzati ed elaborati in forme che ne assicurino la massima diffusione (serialità dei pro-

dotti dell'industria culturale); i destinatari dedicano ai testi lo stesso tipo di fruizione affettiva ed effimera che dedicano ai beni di consumo e alle mode.

I concetti di cultura come autorità o come insieme di valori innervati nella tradizione popolare di una nazione tendono a miscelarsi nel carattere dinamico, aperto e relazionale di mezzi di comunicazione che, sempre più industrializzati, conquistano mercati tanto più estesi. È per questo che l'espressione "comunicazione di massa" viene spesso adoperata come sinonimo di "cultura di massa". In queste denominazioni, tuttavia, si riflette l'eco di un pregiudizio ideologico. La definizione "comunicazione di massa" è usata solo apparentemente in senso descrittivo. Infatti, nel termine "massa" è implicito un giudizio di valore negativo che connota il pubblico dei media come un'entità informe e indifferenziata. L'uso dell'espressione "comunicazione di massa" rivela la natura di una disciplina nata sotto l'influenza di tradizioni di pensiero aristocratiche, altoborghesi o marxiste: filosofi come José Ortega y Gasset (1883-1955) e Theodor Wiesengrund Adorno (1903-1969).

Secondo il sociologo Edgar Morin (1962) la comunicazione di massa produce invece due processi che sono complementari e inscindibili e che giungeranno a completa maturazione solo negli anni Trenta del XX secolo, nell'apogeo dell'industria culturale. Da una parte, la "moltiplicazione pura e semplice" sia dei flussi informativi che dei destinatari dei messaggi. Dall'altra, la volgarizzazione dei loro contenuti, ossia la loro preventiva "trasformazione in vista della moltiplicazione". Dunque: semplificazione, stilizzazione, attualizzazione e modernizzazione dei messaggi. La cultura di massa è ricolma di stereotipi, di cliché (McLuhan, McLuhan 1970). Lo stereotipo è un luogo che offre radicamento e abitabilità, un oggetto rassicurante che funziona come ambiente connettivo dell'interazione sociale. Infatti, la radice greca *stereo* che significa "saldo e "cubico", e dunque anche "spazio tridimen-

sionale”, allude propriamente alla dimensione abitativa che la nozione di stereotipo contiene. Le forme espressive attraverso la pratica della stereotipizzazione esibiscono la ricorrenza di luoghi frequentati e frequentabili dell’immaginario collettivo, percorsi che aiutano a entrare in relazione comunicativa con le cose e con gli altri. Da questo punto di vista, appare piuttosto riduttivo considerare l’applicazione degli stereotipi nei linguaggi di massa soltanto come prova della loro dequalificazione, della loro autoreferenzialità, della loro spettacolarità senza contenuto reale, della loro cieca potenza come mistificazione e dominio delle coscienze. Molto più produttivo ci sembra mettere in evidenza la natura comunicativa e cognitiva degli stereotipi, in quanto forme collaudate di riconoscimento per il pubblico e di interazione tra testo e destinatario. Ed è infatti proprio grazie alla forza degli stereotipi agiti dalla stampa e dalla televisione che si sono rese possibili su larga scala operazioni diffuse di modernizzazione e socializzazione che altrimenti sarebbero state irrealizzabili. La loro sapienza – peraltro ampiamente sfruttata nella comunicazione pubblicitaria – è quella di far riconoscere le abitudini socio-psicologiche dell’individuo, le sue architetture e mappe mentali ed emotive.

Cyborg
Antonio Caronia

Il termine "cyborg" non si può più considerare un neologismo. Nel 1960 in Usa, su una rivista medica, uscì un articolo intitolato *Drugs, Space and Cybernetics*. Ne erano autori due medici di New York, Manfred E. Clynes e Nathan Kline, che stavano studiando le possibilità per l'uomo di trascorrere lunghi periodi nello spazio o su altri pianeti inospitali. La prospettiva che essi proponevano era una decisa artificializzazione del corpo umano tramite una "capsula a pompa" che avrebbe iniettato nell'organismo delle sostanze attive in grado di modificarne la biochimica. Per indicare quest'essere umano così modificato essi coniarono il termine *cyborg* (contrazione di *cybernetic organism*), che iniziava così una più che quarantennale carriera nella lingua inglese e da essa in molte altre lingue.

L'umano ibridato vagheggiato da Clynes e Kline potrebbe essere chiamato "cyborg chimico" o "biochimico". Ma nel campo dell'immaginario la fantascienza parlava già da decenni di ibridi uomo-macchina: la tecnologia ibridante era però quella più avanzata e diffusa nell'industria degli anni Venti, Trenta e Quaranta del secolo scorso, cioè quella elettromeccanica e più tardi elettronica. Quando, perciò, la fantascienza si impadronì del termine e cominciò a chiamare cyborg i suoi "cervelli in una scatola di metallo", simili per aspetto ai robot di cui erano più o meno coevi, ci fu un certo slittamento di significato. I cyborg della fantascienza, dagli anni Venti più o meno ai Settanta, erano perciò più che altro dei "cyborg elettromeccanici" che a volte condividevano dei robot non solo l'aspetto ma anche la tematica. Questo essere mezzo uomo e mezzo macchina appariva infatti indubbiamente "umano" quanto all'intelletto, ma si dubitava della sua empatia, della sua capacità di comprendere i sogni e le

paure degli esseri umani rimasti tali, di soffrire e di sognare come loro. Il cyborg era perciò molto spesso uno scienziato pazzo o un killer spietato, comunque un malvagio (come il professor Jamieson dei racconti di Edmond Hamilton dei tardi anni Venti; ma a questo cliché rimandano anche il Palmer Eldritch dell'omonimo romanzo di Philip K. Dick del 1965 – *Le tre stimmate di Palmer Eldritch* – e un film come il primo *Terminator*, *del* 1984, anche se il personaggio di James Cameron non è a rigor di termini un vero e proprio cyborg ma un androide). Oppure era una figura dolente e nostalgica, che aspirava all'Eden perduto di una condizione integralmente umana ma era tragicamente consapevole dell'impossibilità di attingerla, per la discontinuità provocata dall'ingresso nel suo corpo della dimensione della macchina (il calco di *Frankenstein* è evidentissimo in *Il colosso di New York*, film di Eugène Lourié del 1958; nel romanzo *Il terminale uomo* di Michael Crichton, del 1972 – trasposizione cinematografica di Mike Hodges del 1974 – e nel più famoso *Robocop* di Paul Verhoeven, del 1987).

Il cyborg elettromeccanico metaforizza, estremizzandola, una condizione di artificializzazione del corpo che si avvia a essere condizione comune dell'essere umano mano a mano che il secolo XX si avvicina al suo termine, ma sembra reticente a esprimerne il carattere davvero pervasivo nel quotidiano. Mentre il capitalismo matura uno dei più dirompenti cambiamenti di pelle e di funzionamento della sua storia e l'economia si prepara a invadere e colonizzare ogni aspetto della vita quotidiana, l'immaginario sembra ancora attardarsi pigramente nell'era elettromeccanica e fordista, nell'era in cui la macchina esprime solo ancora ripetitività e rigidità, comando disciplinare e relazioni formalizzate. Ma dalla metà degli anni Settanta comincia a delinearsi nel modo di produzione capitalistico quella svolta variamente denominata (postfordismo, capitalismo cognitivo, economia immateriale): carattere linguistico della produzione, ridimensionamento delle gran-

di concentrazioni produttive, estensione del processo di valorizzazione dalla fabbrica a tutta la società, integrazione della distribuzione nella produzione (produzione flessibile o *just in time*), estrema flessibilità dei processi produttivi, centralità delle merci immateriali (informazione e comunicazione) rispetto a quelle materiali, che comunque incorporano sempre più entro se stesse caratteri di immaterialità e "intelligenza" (*smartness*). La tecnica passa sempre più dalla natura di protesi (prolungamento ed estensione di organi e funzioni del corpo) a quella di *creatrice di mondi* (ambienti sempre più strutturati e sofisticati, sia sul piano dell'immaginario che su quello del funzionamento materiale). Il cyborg è indubbiamente la figura che più di altre si presta a esprimere questo salto della dimensione artificiale, ma deve trovare nuove articolazioni, nuovi ambiti espressivi, nuove "incarnazioni".

Uno dei primi documenti di questo passaggio è il film *Videodrome* di David Cronenberg (1983), dove il postmoderno non bamboleggia con le citazioni compiaciute e col cinismo regressivo, ma si fa discorso robusto e sottile sulla nuova condizione umana. Qui la televisione (già profeticamente ibridata con le realtà virtuali), rappresenta una nuova dimensione dell'artificiale in cui il corpo si perde, non ha più parametri autonomi e propriocettivi per definire il proprio posto nel mondo, e al contrario prolifera, anche dal punto di vista materiale, all'interno dell'universo mediatico. Con *Videodrome* nasce la figura del "cyborg mediatico", nuovo ibrido in cui la componente artificiale è appunto immateriale e mediatica, ma è capace di produrre effetti materiali di ogni tipo, in primo luogo sul corpo, che si trasforma in "nuova carne". Cronenberg apre la strada al cyberpunk ma sarà nel primo romanzo di William Gibson del 1984, *Neuromante*, che troveremo la saldatura fra cyborg elettromeccanico e cyborg mediatico, rappresentato il primo dalla "*street samurai*" Molly, il secondo dal "*cyberspace cowboy*" Case. Il cowboy del ciberspazio è in grado di navigare con un

corpo virtuale (una pura rappresentazione) nel nuovo mondo geometrico di dati e di software che costituiscono l'"interno" del computer, mentre il suo corpo fisico giace inanimato davanti allo schermo. Ma per agire nel mondo fisico Case ha bisogno del corpo potenziato di Molly, dei suoi occhiali a specchio impiantati nelle orbite e delle sue lame mortali pronte a scattare da sotto le unghie.

Ancora una volta è la modalità avventurosa e apparentemente disimpegnata della fantascienza più "classica" che ci accompagna in questa esplorazione delle nuove possibilità del corpo, del nostro rapporto sempre più accelerato e mutevole con la tecnologia, della rete di nuove servitù e delle inedite possibilità di liberazione che le costellazioni produttive e tecnologiche dell'oggi ci offrono. Da quelle pagine e da quelle immagini possiamo imparare, se ci aiuta un atteggiamento disincantato ma non cinico, qualche elemento di quella guerriglia mediatica e comunicativa che sola ci consente di sottrarci alla presa di una realtà costruita a nostra insaputa e (possiamo fondatamente sospettare) contro di noi.

Diritto d’autore

Alberto Abruzzese

Le forme tradizionali di supporto cartaceo, fotografico, discografico o video hanno in qualche misura garantito il diritto d’autore e gli interessi economici delle proprietà editoriali. Certamente non sono mancate, e anzi si sono fatte sempre più intense, azioni di pirateria in cui sono altri a godere illecitamente delle vendite di un testo letterario, di un film per home-video o di un brano musicale (privando così dei loro diritti anche gli autori), ma il contesto di questi problemi tendenzialmente resta circoscritto in ambiti giuridici ed economici e non tocca la sfera culturale se non sotto il profilo di quei fenomeni di disobbedienza che caratterizzano proprio le società consumistiche.

Con l’avvento dei linguaggi digitali e la pratica delle reti telematiche – per loro natura tecnica assai più “fuori” del controllo giuridico e proprietario – è emersa una vera e propria cultura alternativa (tipica ad esempio di alcuni gruppi e leader hacker). Essa non riconosce più legittima la proprietà del sapere e dei prodotti della creatività, ritenendo che si tratti di beni da mettere a disposizione della comunità. Molte delle filosofie sui new media – fondate sul loro potere di garantire una elevata connessione delle menti umane, sino a ottenere un’intelligenza collettiva in cui ogni dato e memoria è simultaneamente interscambiabile – contengono, anche quando non venga dichiarata in modo esplicito, proprio questa prospettiva, questa sorta di “neo-comunismo” dei capitali culturali.

Divulgazione
Alberto Abruzzese

Significa estendere al volgo, dunque a strati sociali subordinati, contenuti e forme di sapere che, prima, erano patrimonio esclusivo di caste, gruppi, ceti, classi dominanti. Si tratta dunque di uno dei più forti ingredienti del processo di socializzazione determinato dal sistema industriale, in quanto fattore di crisi sempre più acuta della rigida stabilità delle gerarchie sociali tipica degli ordinamenti tradizionalisti. Le forme produttive e riproduttive dello sviluppo moderno comportarono la necessità di dotare di maggiori capacità cognitive non solo le moltitudini chiamate a entrare nella fabbrica e, qui, a farsi classe operaia, ma anche più ampi ceti professionali e dirigenti in grado di organizzarle e governarne lo sfruttamento. Bisognava quindi educare i ceti e le masse convergenti nei luoghi primari della modernizzazione, costruendo la loro identità nazionale e sociale: adattamento alle rapide trasformazioni dei costumi contadini in costumi urbani; ricomposizione unitaria delle memorie locali nei miti del progresso, nelle cerimonie pubbliche che si andavano affiancando o sovrapponendo ai rituali religiosi della tradizione premoderna; enfatizzazione dei valori etici del lavoro così come dei valori coesivi, solidali, della partecipazione collettiva ai mercati delle merci e del tempo libero industrializzato. I dispositivi approntati a questo scopo dai processi di metropolizzazione e massificazione furono la scuola, la stampa, lo spettacolo e il divertimento (famiglia, religione e tradizioni popolari avrebbero dovuto adeguarsi in questo stesso disegno).

La scuola, militarmente concepita come autorità generale sull'educazione delle giovani generazioni, si prendeva cura di tradurre in un sapere normativo le tecniche di base dell'addestramento psicofisico: imitazione e ripeti-

zione. La stampa innovava veicoli e formati in modo da raggiungere livelli di alfabetizzazione con culture – identità, radici, memorie, esperienze, saperi, immaginari, sensibilità, bisogni, attese, desideri – assai diverse da quelle che appartenevano al libro, alla forte coesione tra scrittore e lettore che, grazie al libro, la tradizione aveva per lungo tempo garantito e perpetuato. Dunque: dalle "gazzette" si passò a strumenti di informazione emotiva e persuasiva in grado di raggiungere i nuovi strati di recente alfabetizzazione. Qui, la matrice dell'"opinione pubblica" – la stampa come condizione necessaria per lo sviluppo dei sistemi di governo moderni – si amplificò progressivamente, facendo slittare verso pubblici più larghi l'operatività dei meccanismi divulgativi legati all'alfabetizzazione. Fece ricorso a un maggiore uso dei linguaggi della fiction, all'emotività e all'intreccio narrativo; a luoghi, fatti e personaggi suggestivi, "toccanti". La divulgazione scritta e iconica (illustrazione e poi fotografia) si andava miscelando con le forme della società dello spettacolo, forme immersive in cui a funzionare, piuttosto che grammatiche e sintassi, sono miti ed esperienza. Lo spettacolo e il divertimento, servirono, infatti, a garantire le funzioni della scrittura là dove essa non poteva agire, non poteva esercitare la sua autorità e dunque il suo potere normativo (e si trattava di aree ancora molto estese, caratterizzate da totale analfabetisno o da un'alfabetizzazione troppo elementare).

Lo slittamento della divulgazione ottocentesca verso i linguaggi dello spettacolo instaurò un processo di lunga durata. Si pensi alla dimensione "alta", tendente al sublime, con cui i regimi autoritari degli anni Trenta del Novecento hanno fatto ricorso comunque alla messa in scena, alla radio e al cinema per riuscire a convertire la divulgazione in educazione e addottrinamento, la collettività in razza o classe, le forme di massa in monumenti nazionalpopolari, la seduzione in propaganda. Ma soprattutto, ritornando alla vocazione democratica della divul-

gazione, si pensi allo slogan "educare divertendo – divertire educando" che, ripreso dalla TV pubblica inglese, prevale ancora durante il regime di monopolio della RAI negli anni Cinquanta-Settanta, rendendo politicamente esplicito il progetto istituzionale, "statalista", di veicolare i valori socialmente attribuiti a istruzione e educazione attraverso strategie del divertimento almeno programmaticamente vincolate agli stessi fini di emancipazione culturale e partecipazione civile della divulgazione. Tuttavia si trattava qui di un disegno a misura nazionale destinato a scontrarsi con le dinamiche di mercato.

Già da molto tempo, infatti, il modello divulgativo aveva subito diverse modificazioni, mano a mano che processi e forme di socializzazione si facevano più estesi e profondi, dunque più complessi. Le prime grandi teorie della moda (Simmel 1895), registrando l'evidenza del passaggio storico, sociologico, dai regimi vestimentari delle società premoderne a quelli della modernità, avevano messo in rilievo la logica di tutte le dinamiche della comunicazione: dal centro alla periferia; dall'alto verso il basso. Ma questo schema piramidale dei processi espressivi, elaborato all'inizio del Novecento, eppure carico di tutta l'esperienza ottocentesca, coincideva solo in minima parte con le strategie divulgative della scuola e più generalmente dei meccanismi di produzione e riproduzione del sapere. Le mode misero in evidenza, infatti, un movimento inverso, tutto simbolico, quello per cui è il desiderio del consumatore a volere acquisire contenuti, beni ed esperienze che, seppure in forma surrogata, vengono dall'alto e dal centro delle forme di dominio sociale. Si tratta, dunque, di qualcosa di assai più interiorizzato, sentito, partecipato, potente, rispetto alla divulgazione sapienziale, al regime didattico della scuola. Qualcosa che funzionava in modo sempre più critico anche nei confronti delle forme dello spettacolo e del divertimento, rivendicando le proprie radici nella sfera del sacro e non in quelle della razionalità sociale, dell'utile o del necessario

(si pensi, tornando nuovamente ai giorni nostri, al fallimento di tutte le politiche istituzionali sulla comunicazione cinematografica e televisiva che hanno tentato di dare contenuti educativi – ad esempio intenti di solidarietà sociale – ai prodotti mediali).

Una seconda, più sostanziale crisi della linearità e centralizzazione delle pratiche culturali e mediali messe in opera dal modello divulgativo si deve alle avanguardie storiche, che, agendo in profondità, turbarono l'unilateralità dei suoi processi comunicativi. La società – quella tra la fine dell'Ottocento e gli anni Trenta del Novecento – viene ancora rappresentata nella raffigurazione geometrica di una piramide, ma le strategie espressive in grado di praticare effettivamente processi di socializzazione avanzati vengono individuate in eventi relazionali forti, catastrofici, e per ciò stesso energia creativa, fattori di mutamento.

È quindi dall'esperienza delle avanguardie che cominceranno a emergere, prima gli strumenti più evoluti della divulgazione, quelli realmente in grado di creare la cultura di massa, di portare a sistema l'industria culturale, e poi, in tempi recenti, nella cornice dei fenomeni della società post-industriale (e perfettamente in linea con quanto la sociologia va identificando nei processi di desocializzazione), tutti i vari modelli di de-vulgazione praticati o, quantomeno, praticabili dai new media: una segmentazione del corpo compatto, massificato, in cui il sistema moderno aveva preteso di unificare la pluralità delle moltitudini.

Dolore
Isabella Pezzini

Il dolore si definisce in correlazione oppositiva al piacere, come disposizione affettiva di base di ordine negativo per il soggetto che la sperimenta. Dolore, piacere e desiderio sono spesso considerati dei tratti primitivi e radicali del sentire umano. Il dolore viene considerato al tempo stesso una sensazione (il dolore fisico) e uno stato d'animo (il dolore spirituale, o psichico). Più precisamente ancora, vi si distinguono tre componenti: sensoriale, affettiva e cognitiva, le quali spesso si presentano a cascata o interagiscono fra loro.

Nella cultura occidentale, una figura centrale del dolore è quella rappresentata dalla Passione di Cristo, in cui il martirio del corpo torturato e lentamente ucciso è strettamente connesso al *patimento* spirituale: la Passione è un percorso (*via crucis*) in cui si susseguono anche il tradimento (l'abbandono e il rigetto da parte dei discepoli più amati) e la disperazione (la solitudine nell'agonia). La sofferenza e il dolore, che l'uomo si è meritato con la caduta originaria, si costituiscono così come possibile riscatto in vista della salvezza, e acquistano un senso. La condanna eterna, l'Inferno, è viceversa rappresentato come dolore *senza fine*, e cioè anche senza senso. La passione di Cristo e successivamente dei santi è divenuta così uno dei grandi soggetti della rappresentazione. Ad esempio il genere dell'*imago pietatis*, che trae origine dall'icona dell'*Ecce Homo* della basilica di Santa Croce in Gerusalemme e da altre opere bizantine, si sviluppa nel tardo Medioevo come strumento di una particolare pratica religiosa, fondata sulla ricerca da parte del fedele di un contatto il più possibile intimo con il Cristo o la Vergine. Il ruolo efficace dell'immagine, come supporto nella ricerca spirituale, si fonda su una sintassi specifica, che assegna posizioni precise, fra l'interno e l'e-

sterno dello spazio del quadro. Un'icona in questo senso particolarmente significativa è il *Cristo morto* di Andrea Mantegna (fine XV secolo, oggi all'Accademia di Brera) celebre per l'audacissimo scorcio prospettico che ha anche la funzione di bloccare lo sguardo dell'osservatore sul corpo morto attivando il *compianto* (Thuerlemann 1991). La dissociazione fra *contemplazione* e *azione* è disponibile infatti solo per lo spettatore moderno, che si trova in una duplice posizione, *poter vedere tutto*, ma *senza essere visto.*

La riflessione sullo "spettacolo del dolore" diviene dunque un tema costante che dall'ambito religioso si estende a quello etico-politico più generale. Hannah Arendt (1967) sviluppa l'idea che dalla Rivoluzione francese prenda forma e si attesti una *politica della pietà* (in contrapposizione a una politica della giustizia) basata su due elementi fondamentali: la distinzione fra esseri umani che soffrono ed esseri umani che non soffrono e l'insistenza posta appunto sullo sguardo, sulla visione della sofferenza: si tratta di una politica basata non sull'*azione* (il potere dei forti sui deboli) quanto sull'*osservazione* dei sofferenti da parte di coloro che non hanno l'esperienza diretta delle loro pene. Ma come si pongono questi ultimi? E, in particolare, facendo un salto sino a noi, come si pongono oggi i tele-spettatori, continuamente sollecitati dai media ad assistere "a distanza" a tutte le sciagure e al dolore del mondo, immediatamente disponibili e resi intollerabilmente compresenti? Il sociologo francese Luc Boltanski (1993) parte dall'ipotesi che la totale indifferenza, tanto paventata dagli stessi media che si propongono di scuoterla, in realtà sia una posizione molto problematica da assumere: da Aristotele in poi ha semmai sempre costituito un problema "quello strano piacere" provocato dalla visione delle sofferenze altrui, risorsa e campo minato per ogni forma di rappresentazione, reale o fittizia, del dolore. Per i detrattori della rappresentazione – nel Settecento quando si discuteva del teatro quanto oggi si discute di televisione o Internet – sullo spettatore, colpito attraverso lo spettacolo da emozioni che non ha necessariamente ricercato, incombe

il pericolo della contaminazione e, peggio, la spinta all'imitazione del male, mentre l'indifferenza sanzionerebbe solo l'avvenuta disumanizzazione. Nella visione viceversa ottimistica per cui la conoscenza della sofferenza conduce all'obbligo di assistenza, il problema da affrontare riguarda le modalità in cui si possa espletare quest'obbligo "a distanza", rendendo "moralmente accettabile" lo spettacolo. La risposta che si dà a questo interrogativo ha a che fare con la possibilità offerta allo spettatore di trasformare in azione ciò che in qualche modo subisce in forma di emozione, il che generalmente può avvenire attraverso il "dar voce", il parlare, il comunicare ad altri ciò di cui si è venuti a conoscenza, contribuendo alla sua denuncia e alla sua reale pubblicità, oppure attraverso il "dar soldi", il pagare, come viene ampiamente suggerito dalle forme di solidarietà organizzate mediaticamente. Entrambe le soluzioni incontrano il loro limite nella qualità molto astratta del tipo di azione compiuta, lontana da un impegno diretto che fra l'altro riconduca l'osservatore dalla posizione di spettatore a quella di effettivo *soccorritore*. Figura questa d'altronde assai rara, come sottolinea Tzvetan Todorov (1991), in quanto incarnazione di qualità fra loro contraddittorie: i soccorritori, infatti,

> Sono esseri portati all'universalizzazione, in quanto pronti ad aiutare degli sconosciuti riconoscendo loro, senza esitare, il diritto di appartenere alla comune specie umana, e nel contempo sono esseri inclini all'individualizzazione, in quanto non difendono degli ideali, ma delle persone concrete.

Sono d'altronde le figure che più somigliano a coloro che, durante le dittature nazi-fasciste, poterono salvare centinaia di ebrei condannati al genocidio, mentre l'invisibilità del dolore decretata dai regimi (che peraltro documentarono con maniacale precisione i loro crimini) fu sostenuta dal desiderio diffuso d'ignoranza. La riflessione che appare dunque maggiormente produttiva in questo campo sembra doversi articolare sulle questioni aperte dai diversi *regimi di visibilità* che le tecnologie rendono possibili.

Dono
Carlo Grassi

Il dono, come lo definisce Marcel Mauss, sociologo e antropologo francese dell'inizio del XX secolo, è un "fatto sociale totale". Con ciò s'intende che non costituisce un oggetto ma un rapporto. Non un'azione o il risultato di un'azione, ma un processo in base al quale gli attori organizzano strategie comunicative, una dinamica che permette di stabilire legami sociali mediante lo scambio di simboli significativi. Tuttavia, il fatto che grazie al dono s'istituiscano dei vincoli non implica che esso preveda o fondi una relazione tra i soggetti simmetrica ed equivalente. Quello che accade è, piuttosto, il contrario: esso mette a nudo l'impraticabilità di ogni possibile reciprocità. In quanto movimento che stabilisce una relazione, infatti, il dono non è mai un atto unilaterale ma esiste solo all'interno di un paradigma di prestazione e controprestazione: unicamente come momento della serie che articola su un unico piano la sequenza donare, rifiutare, ricevere, ricambiare. Il dono, dunque, non può che essere declinato: prevede un percorso che conduce obbligatoriamente a una o a un'altra delle sue flessioni. Anche nel caso lo si rifiuti, non se ne possono evitare oneri e conseguenze.

Un prospettiva "buonista" e naïf vede nel dono un atto di generosità, un'opera di bene, un gesto di compartecipazione all'altro, agli altri. Uno sguardo maggiormente clinico deve, invece, saperne riportare il significato all'interno di un quadro in cui risalti il suo valore di obbligazione sociale. In tal senso, esso si presenta come il modo con cui per antonomasia si cerca di catturare gli altri per farne la propria preda: una procedura per includere il destinatario in un gioco che non gli appartiene e in un giogo da cui non può liberarsi. Certo, il ricevente può sdebitarsi e così liberarsi dalla soggezione, ma questo a patto di poter ricambiare con qualcosa

che sia equivalente a quanto ricevuto: il che non è possibile che nelle inverificabili condizioni di perfetta parità tra i soggetti dello scambio. Se colui che dona lo fa con eccessiva larghezza, mette il suo interlocutore nell'impossibilità di rispondere sanzionando la di lui sottomissione; se, invece, lo fa con troppa parsimonia dichiara la propria condizione d'inferiorità. In tutti i modi, anche e proprio quando si risponde al dono con un controdono, si è definitivamente catturati dalla rete dell'obbligatorietà e del legame coercitivamente imposto. È per questo che un'antica massima prevede che "la gratitudine non è di questo mondo". Di fatto, una volta preso il dono, si è afferrati da un sentimento inevitabile di rivalsa, da un'ostilità insaziabile e da un desiderio inarrestabile di remunerare l'incauto benefattore con la sua stessa moneta: in una parola, di "fargliela pagare".

Facciamo qualche esempio nel campo della comunicazione. I doni principali che si possono fare in questo ambito sono due: dedicare un'opera, propria o altrui, o dare la parola. Nel primo caso, il ricevente non deve far altro che declinare quanto avuto sia rifiutandolo sia ricambiandolo. Nel secondo caso, invece, in virtù di quanto ottenuto, egli deve esporsi ed esporre le sue ragioni. Alla radio, in un bar, una balera o una discoteca, dei brani musicali vengono dedicati da qualcuno a qualcun altro; sulla seconda di copertina di un libro, il lavoro compiuto è dedicato alla fidanzata, alla moglie, agli amici o ai maestri; su una foto, un libro, un disco, un manifesto, spesso vi sono iscritte delle dediche; in ognuna di queste situazioni è stata messa in opera una prestazione che richiede simbolicamente la sua contropartita: è stato aperto un credito a qualcuno che inevitabilmente dovrà, prima o poi, saldarne il conto. In questo caso, insomma, offrire un dono significa fare qualcosa rispetto alla quale un altro ha un dovere che, non assolto, lo grava di un debito e di una responsabilità. Rispetto al primo esempio, dare e ricevere la parola descrivono momenti più complessi e delicati e indicano il persistere della presenza del-

l'intermediario come una delle figure chiave anche nelle società democratico-mediali.

Nel mondo pre-democratico, gran parte del potere si articolava intorno alle figure degli intermediari: essi gestivano l'accesso del corpo sociale ai potenti e assicuravano ai potenti la conoscenza dei bisogni e dei desideri del popolo. Queste persone agivano come dei veri e propri interruttori sociali in grado di regolare i flussi della comunicazione pubblica e, in tal modo, di controllarne in parte o in toto lo svolgimento e i contenuti. La diffusione capillare dei media di comunicazione ha dato avvio al processo in base al quale i rappresentanti politici dialogano con i loro elettori in modo quasi diretto e personale. Tuttavia, in queste nuove condizioni, pur diminuendo il loro potere e la loro pervasività, gli intermediari non sono affatto scomparsi. Ultimi rappresentanti dell'antica genia degli intermediari appaiono, infatti, i conduttori mediali in generale o i presentatori radiofonico-televisivi in particolare. A costoro è stato attribuito il compito di distribuire le carte: di donare o togliere la parola. Indipendentemente dal comportamento nobile o ignobile di colui che esercita questo ruolo, la cui regolazione riposa esclusivamente sulla deontologia professionale, ciò che ci interessa in questo contesto sono le implicazioni legate alla nozione di dono. Chi dona la parola consente a chi questa parola si prende di ottenere visibilità, di accedere alla sfera pubblica, di affermare la propria prospettiva sul terreno della discussione collettiva. Ma il fatto di prendere la parola presuppone che precedentemente non la si possedeva, che per poter esprimersi bisogna rivolgersi a chi è inopinatamente detentore del bottone in grado di accendere o spegnere microfono e riflettori. Accettare il dono della parola, quindi, significa sottoporsi a obbligazioni sociali implicite mai elucidate pubblicamente né da nessuno sottoscritte apertamente. Ancora una volta l'offerta del dono mostra il suo volto funesto di sanzionatore d'ineguaglianze e di promotore di scambi in cui la reciprocità è esclusa sin dal principio: senza soluzione né compensazione possibile.

Droghe
Germano Scurti

Dall'America all'Europa, dall'Asia all'Africa, fino ai più remoti angoli del mondo, in stretta connessione con le tradizioni sciamaniche, magiche e religiose, l'intima simbiosi tra l'universo simbolico del divino, i misteri del mondo, la ricerca del sacro e l'uso di sostanze psicoattive, a cui generalmente e solo molto recentemente diamo il nome di droghe, è un dato più che assodato. Il sapere pre-moderno ha fornito per millenni una serie di tecniche codificate sull'utilizzo di queste sostanze: "il cibo degli dei", "la carne della divinità". Come forme universali di comunione con il sacro, inteso anche nei termini sociologici del "fare società", le droghe sono state mangiate, masticate, bevute, inalate, fiutate, fumate, spalmate, in ogni tempo e sotto ogni latitudine. Si sono affermate come uno dei propellenti primari per la comunicazione con l'Altro da sé attraverso l'alterazione bio-chimica, fisica e psichica. In termini probabilmente approssimativi possiamo attribuire loro lo statuto del "medium", di ciò che è in grado di "fare mondo", ovvero del "mezzo" che serve a tradurre in un linguaggio sensibile realtà invisibili, e che, in quanto tale, dispiega le estensioni dell'uomo, dando a quest'espressione non un'accezione superomistica, ma il significato dello sviluppo del potenziale relazionale e comunicativo. Del resto, unite ritualmente a una corretta disciplina del corpo e della psiche, da sempre le droghe hanno attivato l'esplorazione dei mondi interiori, l'espansione della coscienza e dei sensi, quindi l'incremento delle facoltà fisiche e psichiche: della vista, dell'udito, della forza muscolare, della velocità e della resistenza al calore, al gelo, alla fame, alla sete, al sonno e alla fatica. La loro è dunque una storia che descrive "l'uso sistematico di sostanze attraverso le quali le condizioni sociali si fanno fisiologia, entrano

nei corpi e li modificano” (Borsari 1999). L’indicazione più interessante ci viene proprio dalla trama di un impulso in cui le droghe (così come i generi voluttuari e i prodotti di consumo) si fanno veicoli delle esperienze spazio-temporali e dei processi trasformativi della corporeità: vettori che hanno acquisito, con lo sviluppo della modernità, un’importanza crescente per la codificazione e la riproduzione delle relazioni sociali.

Nella sua ricerca, *Storia dei generi voluttuari*, Schivelbusch (1980) ha costruito una storia materiale della modernità focalizzando l’attenzione proprio sulla dilatazione dell’esperienza spazio-temporale, dunque sulla rivelazione dell’alterità di cui i beni di consumo, appunto i generi voluttuari e le droghe, si fanno portatori. Pensiamo alla connessione tra l’inizio dell’era moderna e i grandi viaggi di scoperta motivati dall’appetito di spezie: ambasciatrici di un mondo leggendario, del paradiso in terra, immaginato da qualche parte in Oriente. Oggetti di lusso che costituirono uno degli elementi fondamentali per l’affinamento dei comportamenti e degli atteggiamenti, per la nascita di un nuovo stile di vita delle classi superiori europee, dunque per la nascita di quel processo di civilizzazione materiale dell’Occidente (Elias 1969) che, in quanto tale, non ha avuto origini autoctone ma si è sviluppato in seguito a una forte dipendenza dalla cultura orientale. Oppure, pensiamo ai generi coloniali, al nuovo gruppo di stimolanti come il caffè, il tè, il tabacco e la cioccolata. Di nuovo sostanze di importazione che videro il loro sviluppo verso la metà del Seicento. Sostanze psicoattive, avvolte da una rete di simboli dalle diverse classi sociali che rivoluzionarono la cultura dei consumi dando inizio a quel generale processo – cui diamo il nome di edonismo di massa – caratterizzato dalle dinamiche oppositive dell’imitazione e della differenziazione, produttrici di identità. Da queste dinamiche nasce, infatti, il legame tra il caffè e il tabacco e il razionalismo borghese, il lavoro intellettuale, che esce dalle nebbie dell’alcool per conquistare una

propria capacità lavorativa e operosa. Oppure, pensiamo alla valenza oppositiva della cioccolata che diventerà la bevanda dell'aristocrazia europea, del rococò, dell'affettività corporale contro l'ascesi del caffè. Possiamo interpretare nella stessa struttura differenziante anche il consumo di alcool proprio dei ceti più bassi della struttura sociale, che non presero parte alla cultura del caffè e alla sfera pubblica da questa costruita. Nella semantizzazione dei prodotti di consumo troviamo da una parte il caffè che stimola la sobrietà, la razionalità e l'individualismo, dall'altra l'alcool che favorisce le virtù proletarie della collettività e della solidarietà (ma è anche il segno della gracilità emotiva della nuda vita dei lavoratori, dunque un eccesso da reprimere appena si faccia pericoloso). Sin dall'antichità l'alcool è considerato l'inebriante per eccellenza, soprattutto nel momento in cui l'acquavite (a metà del Settecento, agli inizi della rivoluzione industriale) rompe il legame con la cultura tradizionale del bere, con la natura, con gli alcolici organici come il vino e la birra. A partire dall'inizio dell'Ottocento, l'alcool si trova a convivere con le sostanze stupefacenti che oggi prendono il nome specifico di droghe: l'oppio e l'hashish che, fino alla fine del XIX secolo, si commercializzano secondo il principio del *laissez faire*. È noto l'uso quotidiano dell'oppio da parte dei lavoratori in tutta la prima metà dell'Ottocento. È altrettanto noto l'uso che ne fece l'avanguardia artistica europea. Pensiamo al *Club des Hashischins* di Gutier, dove intellettuali e artisti francesi celebravano una sorta di convegni rituali in cui si mangiava hashish e si fumava oppio. Oppure, pensiamo agli esponenti del romanticismo inglese come Samuel Taylor Coleridge (1772-1834), John Keats (1795-1821), Thomas De Quincey (1785-1859). Anche in questo caso, è l'esotismo, la ricerca di mondi *altri*, che ne caratterizza la spinta al consumo. Più in generale, è la costruzione identitaria a mezzo dell'alterità, vissuta nell'esperienza della propria "messa in scena" sospesa tra reale e immaginario, tra esserci e non esserci, vicinanza e

lontananza, presenza e assenza, visibile e invisibile, che ne attiva il desiderio. Ritornano le figure del viaggio e dello straniero, ovvero quel rapimento in un'estraneità, produttore di mobilità interiore ed esteriore, che il capitalismo attiva grazie ai suoi prodotti di consumo. Si può parlare in proposito di un'estasi dell'abbondanza e dell'opulenza. O, meglio ancora, di un'estasi della promiscuità (messa in luce da Edgar Allan Poe, Charles Baudelaire e Walter Benjamin) che nella folla e nei beni di consumo scorge quella fonte di attrazione, fascino ed ebbrezza (paragonata da Benjamin a quella dell'hashish) che nasce dall'esperienza emotiva dell'immedesimazione e della differenziazione: il motore sociale che assicura stabilità e mutamento proprio nel loro cortocircuito. Qui tuttavia è la massa stessa che incorpora l'esperienza elitaria della trasformazione soggettiva, dando luogo a quella sorta di diffusione profana dell'estasi in cui il concepimento di un altrove si dispiega nelle dimensioni spaziali delle "utopie concrete": dunque non più nel progetto emancipativo inteso come costruzione di un futuro alternativo, ma nella dilatazione infinita di un istante. La ricerca dei "paradisi artificiali", così come si manifesta nel consumo dei generi voluttuari e nei veleni inebrianti, ha infatti contribuito allo sviluppo di quel "presentismo", caratteristica della nostra contemporaneità, che iscrive la nostra vita non più nella linearità storica ma nel godimento di un istante eterno. Si è inserita tra le forze mondane e impolitiche che hanno messo in crisi l'idea produttivistica della modernità, caratterizzata dal pensare l'esistenza in funzione di un futuro a venire, dal tempo dell'attesa, che richiede appunto il rinvio del godimento, e dal predominio della ragione strumentale, cioè dall'impiego della ragione secondo un fine. È da queste curvature che si dipana appunto lo scarto tra la natura del tempo storico e l'uso di droghe. Lo slittamento tra la propensione al cambiamento fondato sulle idee di progresso, civilizzazione, modernizzazione e rivoluzione, e la logica dell'iperconsumo che trova il proprio luogo rigene-

rativo nelle esperienze deterritorializzanti inscritte nel corpo, individuale e sociale. Dalle *Confessioni di un mangiatore d'oppio* (1821) di De Quincey ai *Paradisi artificiali* (1861) di Baudelaire, da *Le porte della percezione* (1954) di Aldous Leonard Huxley alla formula neo-gnostica e psichedelica di Leary, dall'"orfismo californiano" all'odierna espansione elettronica della coscienza grazie alla rete informatica globale (Dery 1996), dalla trance tecnologica dei rave (Hakim Bey 1985) alla vocazione tecnofila delle spiritualità New Age (Davis 1998) e a *Le tribù dell'ecstasy* (De Luca 1996): probabilmente è questa la singolare linea culturale e antropologica che definisce il trasalimento nello spazio dell'"irreale" dettato dalle cortocircuitazioni dell'io. La continuità di una forza dissipativa, e in quanto tale percepita come incompatibile, che sviluppa l'ambigua natura del *pharmakon*: l'impossibilità di distinguere il rimedio dal veleno. Una forza che mette in gioco i propri limiti e le proprie fragilità, che si tiene nel "mezzo", tra la vita e la morte, il dolore e la felicità, il bene e il male, il vero e il falso, e che trova nel corpo, un corpo inevitabilmente alterato, i suoi punti di connessione e comunicazione: l'irruzione intensiva che si colloca tra il pensiero e la materia, il reale e l'irreale, l'io e l'altro.

Nell'alterazione richiesta alle droghe è in campo un corpo che non si assume il compito di creare un mondo altro rispetto al mondo "reale", che non mira a una surrealtà. Non tende ad abolire il mondo "reale" nel mondo immaginario, nel fantastico, nel virtuale, ma a indietreggiare davanti all'esistenza, a sottrarsi al corso del mondo, per sottolineare l'impossibilità di un'immanenza compiuta. Il consumarsi dentro la vita stessa di una pratica (anche crudele) che non cerca più l'incanto dei sensi ma la violenza sui sensi.

Educazione
Alberto Abruzzese

Spero che tu ti occupi il tempo lasciato libero dall'abbandono dell'equitazione in occupazioni volte più all'utilità che all'impegno intellettuale: sono, credimi, due cose molto diverse. Non ti concedo più di un'ora al giorno da dedicare al greco, e che sia spesa a mantenerne viva la conoscenza piuttosto che ad aumentarla: quando dico greco, intendo riferirmi ad autori proficui come Demostene, Tucidide, ecc., e non certo ai poeti, che hai già frequentato a sufficienza. Quanto al latino, si alimenterà da solo. Se ti avanza tempo per leggere, riservalo, mi raccomando, a libri che abbiano immediato riferimento alla carriera che ti aspetta, ovvero a testi di storia e lingue moderne, nonché a memorie, aneddoti, epistolari, relazioni diplomatiche, ecc. Raccogli anche, se ti sarà possibile, notizie autentiche sullo stato presente di tutte le corti e i paesi d'Europa, sul carattere di re e principi e delle loro mogli, ministri e p..., sui loro punti di vista, legami e interessi, sulla situazione delle loro finances e dei loro eserciti, scambi, manifatture e commerci. Per te, come del resto per ogni gentiluomo, sono queste le cose che è utile e necessario sapere. Ciò detto, però, non dimenticare che i libri viventi valgono molto più di quelli trapassati: non sprecare per questi ultimi (poiché è davvero sprecato) il tempo che puoi meglio impiegare con i primi; oggi per te i libri devono essere solo ed esclusivamente un divertimento, e mai e poi mai un impegno. Preferirei di gran lunga vederti follemente innamorato di un'esperta coquette del bel mondo, che ti dirozzerebbe accompagnandoti ai balli e addestrandoti agli usi e ai modi della buona società, che non sentirti recitare a memoria Platone e Aristotele: in questo momento, un'ora a Versailles, a Compiègne o a Saint-Cloud è per te più importante di tre passate nel tuo studio in compagnia dei migliori libri che siano mai stati scritti (Lord Chesterfield, *Lettere al figlio. 1750-1752*).

Questa citazione di un brano delle lettere al figlio che Lord Chesterfield (1694-1773) inviò dal 1732 al 1768, ci documenta la consapevolezza culturale di una classe dirigente – quella aristocratica e non quella borghese – nei confronti dei contenuti dell'educazione. Nell'assunzione della centralità delle regole di comportamento piuttosto che della cultura sapienziale, della vita di mondo piuttosto che dei libri, Lord Chesterfield mostra il tratto comune che legava l'aristocrazia al popolo, seppure nella piena garanzia di una differenza di casta e di potere incolmabile: la valutazione dei linguaggi del corpo, dell'imitazione e della ripetizione.

Efficienza

Alberto Abruzzese

Ottimizzazione del tempo e resa delle procedure necessarie a produrre un determinato oggetto, struttura o processo. Prestanza fisica e intellettuale dell'individuo, di un gruppo o di un'organizzazione. Infine, grado di prestazioni offerto da un determinato strumento, utensile, tecnologia, mezzo espressivo. Oppure apparato, istituzione. Il concetto di efficienza ha a che vedere con l'autorità, la conoscenza, la ricchezza, la capacità di comando, i modelli di organizzazione – umana e meccanica – in grado di garantire una forte connessione degli elementi costitutivi del prodotto o del processo produttivo. Nel campo dell'efficienza non v'è limite se non i materiali fisici e immateriali di cui si può disporre. Infatti, venendo misurata in base ai risultati che si vogliono ottenere, ogni suo eccesso può essere giustificato.

Efficienza del lavoro e dell'impresa ed efficienza delle forme di governo della società costituiscono i due poli di un rapporto che è andato assumendo una sua specifica configurazione con la nascita dello Stato moderno e in modo particolare con la socializzazione della fabbrica, cioè con il progressivo estendersi dei modi di produzione capitalista all'intera società civile (Tronti 1966). La conflittualità originaria di questo rapporto consiste nella differenza tra il puro interesse economico della vocazione imprenditoriale e le funzioni collettive che sono a carico delle forme statuali e amministrative. Da un lato l'efficienza, per abbattere gli ostacoli che la separano dalla realizzazione di un risultato, conta su un apparato non molto distante dalla compattezza gerarchica di un "esercito", da un insieme di vincoli rigidamente prestabiliti e garantiti; dall'altro lato, per conseguire un risultato sociale, deve convincere gli attori coinvolti, deve

creare consenso. Uscendo dai vecchi regimi di una sovranità fondata sul diritto divino e di casta, l'efficienza delle forme di governo ha dovuto ricorrere a progressive per quanto discontinue fasi di apertura verso margini sempre più estesi di consenso.

Nell'immaginario cinematografico e televisivo – che pure deve la possibilità di esprimersi con successo solo a modelli di organizzazione molto efficienti – sono prevalse figure e narrazioni che godono e fanno godere del fallimento dell'efficienza, dei suoi punti di rottura, con effetti semplicemente stranianti (come accade nel genere comico), o effetti tragici (come accade nel cinema corale di tipo catastrofico, in cui la cecità dell'efficienza si traduce in incidente mortale). In tutti e due i casi si tratta di un immaginario perfettamente integrato alle mitologie dell'efficienza moderna: esorcizzare e metabolizzare la paura e il rischio, ricorrendo al riso o al pianto, è – indipendentemente dall'autenticità dei suoi autori – un modo per creare un clima di consenso che non appaia brutalmente coercitivo o stupidamente aproblematico.

Tra comico e tragico abbiamo poi i generi della commedia, una vasta gamma di film, telefilm e serie televisive in cui vengono osservati gli ambienti di lavoro, in particolare quello terziario, impiegatizio. Gli uffici dei "colletti bianchi" e degli apparati ministeriali, scolastici e universitari (luoghi di proletarizzazione del lavoro intellettuale e quindi luoghi in cui la cultura da produrre dovrebbe essere ben diversa dall'effettivo capitale culturale posseduto da chi viene inserito nella produzione: piccoli uomini che trattano con poca competenza temi assai più grandi di loro). Qui si sono andate elaborando e crescono le culture dei ceti medi. E qui il campo di osservazione dei media perlustra i piccoli e grandi tic tra dirigenti e dipendenti, tratta i temi più triviali del rapporto tra efficienza e vita quotidiana (dalla carta igienica nei cessi, alla pulizia delle pareti, al decoro o malcostume delle segretarie sino alle feste aziendali, agli addetti al dopolavoro, alla gita dome-

nicale). Universi di enorme interesse per chi voglia cogliere non solo le forme in cui i modelli culturali si degradano e meticciano tra loro, ma anche si esaltano e producono nuove etiche professionali e nuovi saperi: è qui che il piccolo borghese (dall'impiegato umbertino al professore) assolve i suoi compiti, calibrando l'efficienza che deve al padrone, allo Stato o a se stesso con l'inefficienza cui aspira o è costretto.

Oggi, in una dimensione occidentale caratterizzata da forme più o meno intense di neoliberismo, l'efficienza dell'impresa privata viene contrapposta all'inefficienza dell'impresa pubblica (ivi compresi gli apparati di governo). Maturando in contesti di forte transizione dalla società industriale alla società post-industriale e quindi di progressiva integrazione tra tempo di lavoro e tempo libero (anche a opera della centralità culturale dei consumi e delle loro promesse di felicità), i modelli di efficienza risultano alterati e trasformati: o sfumano addirittura verso le doti creative dell'ozio o si impongono nella stessa forma dell'efficienza imprenditoriale (peraltro, assunta proprio quando quest'ultima si è abbandonata a stili e procedure simili a quelle dei partiti e della politica).

In molti degli organismi collegiali cui è affidato il funzionamento degli apparati pubblici (persino l'Università è attraversata da questa svolta, spesso con esiti di ulteriore deterioramento del suo tessuto professionale e della sua missione formativa) accade oggi di registrare la presenza di comportamenti che, per conseguire il proprio risultato (buono o cattivo che sia, utile o inutile) scelgono il dirigismo dell'uomo d'impresa. Scimmiottano il managerialismo dei manuali professionali, magari mettendo nella condizione del "licenziato" chi sia soltanto nella condizione di minoranza sulle scelte da compiere per il bene o il male dell'apparato in cui lavora.

Al contempo in molti apparati dell'impresa privata, accade che i comportamenti del management assumano a loro volta gli stili e le strategie tipiche del tatticismo politi-

co, non sempre anzi assai raramente nel quadro post-moderno del lobbismo o del no profit, ma piuttosto per puri interessi personali e, dunque, in una forma professionalmente e socialmente degradata, che nulla ha a che vedere con la positiva tendenza a inserire l'impresa in un ecosistema trasversale, pluralista, in una rete di interlocutori esterni, così da farla appartenere agli stessi doveri e obiettivi dell'agire pubblico.

Anche nell'ambito delle imprese private (e in particolare le grandi imprese nazionali e multinazionali) si registrano fenomeni analoghi a quelli presenti nelle istituzioni pubbliche: qui, a "comandare" sull'organizzazione del lavoro e a qualificare un'accezione tutta particolare e mai trasparente di efficienza, sono reti di riferimento che non coincidono con le gerarchie formali e palesi dell'apparato, ma attingono a poteri esterni, sovrastanti, occulti. Da molto tempo e in ultimo con deliberata trasparenza l'immaginario cinematografico ha lavorato proprio sulle forme più arcane della politica e dell'impresa: produce suggestivi effetti spettacolari (sabotaggi, bombe, crolli, stragi, turismo naturale, metropolitano, terzomondista e tecnologico), complessi intrighi spionistici, seduttivi plot narrativi (in cui senso del pericolo, erotismo e lusso si eccitano a vicenda), grandi momenti catarchici di una "verosimiglianza" che si fa "verità", disincanto, conoscenza, lettura critica.

Significativo, a questo proposito, che al culmine della volontà omicida dei poteri segretamente al governo dell'efficienza pubblica e privata si collochi la natura schizoide del "folle", nell'accezione rara ma perseverante del capitalista "estremo" (del suo istintivo nichilismo, del suo delirante desiderio di possesso sulle cose e sui corpi, della sua dissipazione orgiastica, sacrificale, originaria) e/o l'immaginazione totalitaria e mortifera del nazismo (continuo rigurgito della più forte ferita del Novecento, la sua appartenenza alle "tenebre" dell'individuo e della collettività, della tribù e della massa) e/o l'immaginazio-

ne collettivista del comunismo (metafora, giusto o ingiusto che sia, tanto di una condizione pre-democratica e medievale (il sovrano che non garantisce libertà alcuna), quanto post-democratica (il "grande fratello" che tutto vede e controlla).

Questo continuo insistere dell'industria culturale nel fare oggetto di consumo e di piacere tutto ciò che, invece di mascherare, disvela l'orrore di cui si nutrono le potenze del mondo, è tanto clamoroso da rendere inefficaci eventi, notizie e prove che non appartengono alla fiction ma alla realtà. O da far sì che il pubblico li legga nella forma stessa dell'immaginario fantastico e del rituale simbolico: un sovrappiù di conoscenza, di piacere e di catarsi, pagato con un sovrappiù di distrazione e di impotenza.

Ergonomia cognitiva
Fabrizio Carli

L'ergonomia è una scienza la cui fondazione risale al 1949, con la creazione a Oxford della Ergonomics Research Society. L'ergonomia come scienza prende forma in un'area disciplinare posta nel punto di convergenza di due ordini differenti di processi: da un lato la comunità scientifica (nell'ambito della medicina, dell'ingegneria, dell'architettura, della meccanica), dall'altro un insieme di pratiche legate al mondo del lavoro e alle esigenze di produzione e razionalizzazione (taylorismo).

L'ergonomia classica, o fisica, si occupa delle interazioni uomo-macchina-ambiente sotto il profilo meccanico e fisico. Più recentemente il campo d'indagine e di intervento ergonomico ha investito l'ambito dei processi psicologici e della percezione; nasce così l'ergonomia cognitiva o psicologica (più raramente definita sociale). A differenza dell'ergonomia classica quella cognitiva pone al centro della propria attenzione tutti quei processi che richiedono l'acquisizione e l'uso della conoscenza. L'ergonomia cognitiva studia le interazioni uomo-macchina-ambiente in cui entrano in gioco fattori cognitivi ed emotivi, legati alle dinamiche di percezione, apprendimento, memorizzazione e *problem solving* e lo studio dei più importanti fenomeni a essi collegati. L'ergonomia cognitiva ha vissuto un rapido sviluppo in seguito alla creazione di macchine intelligenti e sistemi interattivi, tanto che la sua branca principale e più estesa è la cosiddetta HCI (*Human-Computer Interaction*) ovvero lo studio delle dinamiche interattive uomo-computer. Qui l'ergonomia si arricchisce dell'apporto di discipline quali l'informatica e le neuroscienze, occupandosi degli aspetti dell'accessibilità e usabilità delle componenti d'interfaccia (software) rispetto all'utente finale.

Dal punto di vista dell'ergonomia cognitiva l'usabilità di un artefatto è fortemente condizionata dalla correttezza del modello mentale del progettista in relazione all'utente a cui l'artefatto è destinato. La logica di progettazione dovrà rispecchiare la logica d'interazione applicata dall'utente e solo in questo modo l'artefatto potrà comunicargli come essere utilizzato e per cosa essere utilizzato (destinazione d'uso). Detto nei termini dell'ergonomia cognitiva, il formato rappresentazionale in cui l'informazione in input viene presentata influenza in modo cruciale la performance dei soggetti in un dato compito cognitivo.

Nozione centrale dell'ergonomia cognitiva è quella di artefatto cognitivo, un oggetto realizzato dagli esseri umani per gli esseri umani al fine di aiutare e migliorare i processi cognitivi (ad esempio l'agenda, il post-it, il computer). Tra gli artefatti cognitivi possiamo distinguere artefatti superficiali (come il libro e l'insegna, in cui il formato rappresentazionale è completamente visibile) e artefatti interni (in cui parte dell'informazione è rappresentata internamente all'artefatto). Questi ultimi necessitano di interfacce, cioè di mezzi per trasformare l'informazione nascosta nelle loro rappresentazioni in rappresentazioni superficiali utilizzabili (è il caso del computer). Un'ulteriore distinzione è quella tra artefatti passivi (incapaci di trasformare le proprie rappresentazioni) e artefatti attivi (capaci di trasformare le proprie rappresentazioni).

Dagli anni Ottanta l'ergonomia cognitiva si è orientata sul cosiddetto approccio centrato sull'utente (User Centered Design) il cui più importante divulgatore è l'ergonomo cognitivo Donald Norman (1988). Questo metodo di progettazione individua una direzione di sviluppo inversa rispetto a quella adottata dagli approcci ingegneristici e informatici e coinvolge nella progettazione gli utenti a cui è destinato l'artefatto sin dalle prime fasi del processo di sviluppo. La progettazione orientata all'utente è intesa come un approccio metodologico che, garantendo un elevato grado di corrispondenza tra prodotti e caratteristiche

degli utenti, permette di giungere alla realizzazione di sistemi facili da apprendere e da usare. Il suo obiettivo è la realizzazione di un prodotto conforme alle abitudini cognitive e ai modelli mentali degli utenti ai quali il prodotto è destinato. L'User Centered Design è una metodologia valida non esclusivamente per l'interazione uomo-computer ma per qualunque processo di interazione tra uomo e artefatti.

Il concetto di *affordance*, centrale nell'User Centered Design, è stato sviluppato dallo psicologo James Gibson (1979) per indicare proprietà reali e percepite dell'ambiente che determinano come in quell'ambiente ci si comporterà. Ad esempio, una superficie piatta e liscia utilizzata come elemento infrastrutturale in un centro urbano indurrà a un comportamento come il graffitismo. Le *affordances* sono caratteristiche "oggettive" dell'ambiente che una volta percepite costituiscono dei suggerimenti (sia nella forma di invito che di vincolo) per agire in maniera appropriata in quell'ambiente. Secondo le norme dell'User Centered Design suggerite da Norman la progettazione di oggetti deve sfruttarne in maniera opportuna le *affordance* perché offrono dei suggerimenti molto precisi sul loro uso corretto. Per esempio, nei sistemi di apertura delle porte, una sbarra orizzontale è un invito a spingere e una manopola a girare. Il concetto di *affordance* presenta tuttavia non pochi problemi: le naturali associazioni che esso propone sembrano derivare più da consuetudini sociali che da caratteristiche oggettive della materia.

A partire dagli anni Novanta, in corrispondenza di una vera e propria esplosione dell'approccio grafico alle interfacce Web, l'ergonomia cognitiva – soprattutto nella figura di Jakob Nielsen – ha perfezionato il proprio campo d'azione nei confronti della rete Internet. Dal momento che non esistono parametri universalmente riconosciuti per la progettazione delle interfacce Web, l'usabilità si avvale di una serie di principi, definiti "euristiche", che offrono indicazioni generali sulla cui base i rea-

lizzatori possono orientare le proprie scelte in fase di progettazione. Si tratta di principi che hanno un elevato valore predittivo perché rappresentano la sintesi dei problemi di usabilità più frequenti.

Nel campo della comunicazione umana i precursori di una sorta di "ergonomia del messaggio" possono essere considerarti gli esponenti della scuola di Palo Alto con la loro Pragmatica della Comunicazione Umana. Tra questi, Paul Watzlawick (1975) analizza alcuni tentativi umani di comunicazione con forme di vita extraterrestri effettuati attraverso i radiotelescopi e i pittogrammi a bordo del satellite artificiale Pioneer 10 lanciato nel 1972. Il problema è quello posto dal film *Contact* di Robert Zemeckis del 1997: come può un extraterrestre, prima di comprendere il contenuto del messaggio, comprendere che stiamo tentando di comunicare con lui? Watzlawick tenta allora di rintracciare nel messaggio quegli elementi pratici che consentono di riconoscere un processo comunicativo in atto anche prima di comprenderne il significato: una sorta di interfaccia funzionale posta tra l'uomo e il messaggio.

Esposizioni Universali

Alberto Abruzzese

Un prodotto è qualcosa che viene “messo avanti”, collocato tra chi lo ha creato e chi se ne serve. Dall’economia del dono a quella delle merci, i prodotti del fare umano sono qualcosa che non può prescindere dal loro mostrarsi, dal loro esporsi, tanto più quando la loro natura relazionale viene caricata di ruoli persuasivi, simbolici, mirati a enfatizzarne il ruolo su contesti più vasti, generali, rilevanti. Doni e merci sono, quindi, forme di ostentazione di mezzi di comunicazione già incorporati o incorporabili in se stesse. Comunicare: creare una relazione, un campo di forze che, dalla matrice del “faccia a faccia” si è evoluto in una serie di media che dai “segni” precedenti alla scrittura e dall’oralità si sono spinti sino ai new media della civiltà contemporanea.

L’ostentazione degli oggetti di consumo è stata giustamente individuata come una delle più specifiche forme espressive della civiltà di massa. Dalle forme di ostentazione delle società premoderne, tradizionali, caratterizzate dal sacro e dalla sovranità religiosa dei regimi aristocratici e di casta, si è passati alle forme di ostentazione della modernità, caratterizzate dai processi di mondanizzazione determinati dall’emergere sempre più forte di economie di mercato. Di questa vicenda, le Esposizioni Universali sono una tappa fondamentale e un preziosissimo indicatore.

Le Esposizioni Universali sono insediamenti territoriali adibiti alla pubblicizzazione delle tecnologie e delle merci, alla loro affermazione nei rapporti di potere della società e nella vita quotidiana. Definitiva maturazione ottocentesca, dopo la prima rivoluzione industriale, dei valori socioeconomici e simbolici della piazza-mercato, della festa, delle grandi fiere. Aree di sperimentazione ed

espansione dei dispositivi necessari al rapporto tra acquirente e consumi – *réclame*, attrazioni, vetrine, grandi magazzini – che improntano di sé l'evoluzione del marketing anche nel Novecento.

Tipici apparati della civiltà industriale e di massa, solitamente collocati in scenari metropolitani, le esposizioni hanno costituito un polo di concentrazione reale e simbolica di portata nazionale e internazionale, tanto per il sistema produttivo capitalista (imprenditori, fabbrica, lavoratori, mercato), promuovendo l'innovazione tecnologica, i prodotti e le strategie di comunicazione commerciale, quanto per l'immaginario collettivo, divulgando lo spirito delle macchine, la seduzione delle merci e della loro messa in scena, le mitologie moderne del progresso, le forme espressive della cultura di massa e della società dello spettacolo. Tutti questi fenomeni sono i contenuti del processo di massificazione che dopo i prodromi del Barocco e i primi segnali del Settecento, avevano avuto inizio in modo massiccio già dai primi dell'Ottocento.

La molteplicità di significati che si sono andati accumulando sul termine "esposizione" (dal latino *exponere*, mettere in vista) indica la polivalenza e insieme unitarietà delle funzioni di socializzazione e modernizzazione storicamente assolte dalle esposizioni in un arco di tempo che si spinge sino ai giorni nostri, ma esprime il suo più pieno significato culturale nel periodo che va dalla metà dell'Ottocento ai primi decenni del Novecento. La sua stessa etimologia rende il termine sostanzialmente affine a "produzione", quindi trans-mettere, trasmettere, mettere davanti, tra, in vista, rendere visibile, e anche trasporre, tradurre, trasformare a fini di maggiore visibilità, comprensione. Ancora meglio: mostrare lo stesso atto del vedere ed essere visto (non si dimentichi che le grandi esposizioni hanno la loro genesi e il loro massimo sviluppo quando il mezzo di comunicazione più forte è ancora la messa in scena dal vivo e le dimensioni e gli statuti del pubblico sono dunque ancora di tipo urbano, pretendono la presenza dei

corpi, la simultaneità di uno sguardo reciproco).

L'uso abituale del verbo *esporre* per significare i modi del discorso, le forme del dire, del riferire, del comunicare, rivela la natura mediologica delle esposizioni, in quanto non solo formato, cioè recinto e contenitore territoriale, ma in quanto programmi, forme espressive, estetiche, manipolazioni dei prodotti esposti per un'adeguata loro valorizzazione attraverso l'efficacia dei vari linguaggi disponibili. Persino gli usi dello stesso termine in contesti più settoriali – come quello fotografico (nel senso di quantità di luce che investe la pellicola) o quello musicale (l'inizio di una composizione in cui si anticipano temi che avranno poi il loro pieno sviluppo) o quello sportivo (avviso su un passaggio alpino in cui più forte è il senso di vuoto, di vertigine) o quello gergale (esporsi a un rischio) – sembrano esplicitare la natura delle esposizioni come massima concentrazione degli sguardi su un unico luogo, offerta di ciò che altrove si esprime nella sua completezza o di ciò che in futuro avrà il suo compimento, vortice di attrazioni, viaggio e meta di un'avventura individuale ma di una individualità vissuta tra la folla dei visitatori.

Assecondando queste funzioni sociali e simboliche, lo sviluppo delle esposizioni percorre due dimensioni. Due movimenti simultanei e interdipendenti. Il primo riguarda la scena dal vivo. Infatti, esse sono radicate nel territorio urbano, in cui furono di volta in volta edificate secondo le strategie nazionali e planetarie dell'Occidente. La delimitazione di una o più parti della città come luogo deputato alle esposizioni enuncia la produzione di un luogo simbolico in cui fare apparire i beni della civiltà occidentale e magnificarli dando loro potenza "fantasmagorica" (Benjamin 1982). Persino le fasi necessarie alla costruzione delle esposizioni facevano parte non solo dello spettacolo ma del prodotto. Così come il loro smantellamento, subito dopo il giorno della chiusura, fungeva da rappresentazione seduttiva della ricchezza e dei poteri attraverso i quali – nel tempo di lavoro e nel tempo libero della città – i pro-

cessi di modernizzazione e velocizzazione dell'esperienza incarnavano la paradossale ambivalenza del progresso tra accumulazione e dissipazione, tra passato e futuro (Kern 1983). Il secondo movimento riguarda la scena metaterritoriale, la comunicazione a distanza. Infatti, le esposizioni sono anche radicate nel territorio dei media, essenziali per l'effettiva diffusione della loro immagine e funzione al di là dei limiti spaziotemporali del luogo dell'evento e al di là del pubblico dei suoi spettatori dal vivo.

In questa doppia dimensione – la spettacolarizzazione delle merci e quella dei mezzi di comunicazione – le esposizioni hanno trovato uno dei loro più potenti acceleratori. Mentre il loro allestimento in loco comportava poderosi flussi centripeti di risorse economiche, tecniche, umane e culturali così da attribuire valore generale, universale, alla messa in scena immediatamente visibile, la pubblicizzazione dell'evento – ai fini di una visibilità in grado di mediare le distanze e il tempo, le differenti culture e credenze – aveva bisogno di straordinarie risorse centrifughe. Furono la stampa, l'illustrazione, la fotografia, con i loro circuiti nella vita pubblica e privata, a estendere in forma di simulacri, di finzioni, riproduzioni, narrazioni, il dispositivo delle esposizioni sino alle periferie, ai margini del progresso, sulle linee di frontiera dello sviluppo. Là dove le condizioni materiali del territorio non consentivano ancora l'esperienza delle merci.

Questi eventi locali e mediali, scanditi secondo i ritmi delle grandi feste epocali e delle grandi cerimonie pubbliche, hanno realizzato in tal modo una progressiva metropolizzazione del territorio, cioè la sempre più forte presenza dei fattori simbolici e multiculturali che caratterizzano lo sviluppo della metropoli; dei valori che la governano e cioè socializzazione, produttività, mercato, tecnologie; e dei conflitti, bisogni e linguaggi che vi si manifestano. L'espansione del vissuto metropolitano attraverso la comunicazione mediale delle esposizioni si spinse così ben al di là dei confini materiali dello spazio da cui esse avevano avuto origine e identità, elaborando in modo im-

materiale, emotivo, metaterritoriale i modelli di produzione e consumo, gli stili di vita, le mode, i desideri e i miti di strati di popolazione a più basso livello di inurbazione.

Gli artifici di cui le esposizioni si debbono servire per ottenere effetti suggestivi e mnemonici – contenitori, narrazioni e dispositivi quali palazzi, padiglioni, arredi, scenografie, panorami, simulazioni di luoghi ed eventi storici, meraviglie scientifiche, feste, musiche, fuochi d'artificio – ebbero la funzione di rendere come mai prima visibili non solo le merci ma i significati che esse assumono nella società come investimenti emotivi, fantastici, immaginari, passionali, erotici. E infine come sublimazione dei desideri di appaesamento dell'individuo nei prodotti di consumo, come progressiva assunzione del superfluo nel necessario. Ma, al tempo stesso, a quei medesimi artifici – generatisi in società ancora cariche di vincoli premoderni, di tradizioni contadine, religiose, folkloriche – dobbiamo riconoscere anche la natura di piattaforme sperimentali volte a tradurre il sacro nella dimensione mondana del moderno. Intento, questo, realizzato – analogamente al pressoché parallelo movimento dell'Art Nouveau – anticipando molte delle regole che saranno alla base dei modelli di sviluppo più avanzati dell'industria culturale: la dinamica integrazione espressiva tra le culture tradizionali e le innovazioni sociali e tecnologiche.

Basti un esempio: la ricorrenza delle fontane nell'arredo degli spazi espositivi, tipici simboli di rigenerazione cosmogonica – non a caso potenziati, come fu anche per la rappresentazione del "fuoco", dalle estetiche del Barocco – che, dalla teatralità urbana della festa popolare, si trasferivano nella messa in scena di nuove e più efficienti tecnologie del sublime, integrandosi al culto dell'elettricità e della luce artificiale, un culto che ibridava la loro applicazione funzionale e quotidiana con la rinnovata sacralità del mito di Prometeo, narrazione del gesto sacrilego e insieme appassionato con cui l'energia divina è resa terrena, si dona alla debolezza dell'uomo, si fa artificio.

Forme, dunque, non solo di scienza, tecnologia, pro-

duzione, mercato e società, ma anche, anzi allo stesso tempo, forme cultuali: la costruzione ostentativa, celebrativa e simbolica delle Esposizioni Universali funzionava da poderosa offerta di linguaggi predisposti a intrattenersi con il mondo esterno, di mezzi espressivi per comunicare con se stessi e con gli altri, per modellare i propri sentimenti in sintonia con lo spirito del tempo, per dare forma alla propria identità. Per essere nel presente e percepirsi come soggetti del futuro. Per attribuire agli oggetti esposti, mostrati, comunicati, la stessa suggestiva potenza dei sogni, la stessa fascinazione dei fantasmi, modi d'essere e abitare che, grazie alla tecnologia, si fanno realtà dei sensi, nuova dimensione del tempo e dello spazio.

Le strategie espressive delle esposizioni si svilupparono quindi in forme integrate ai linguaggi allora esistenti, da quelli del teatro, dell'architettura, dell'urbanistica, a quelli dell'editoria popolare illustrata e della pubblicità esterna (dai manifesti in poi). Sino ad arrivare al cinema, che segnò tuttavia il punto di svolta delle strategie della spettacolarizzazione delle merci, il loro definitivo ingresso nei processi di fantasmatizzazione della realtà operati dai grandi media audiovisivi. Le grandi Esposizioni Universali, in quanto megastrutture territoriali e periodiche, territoriali come una città e periodiche come un evento iniziatico, eminentemente religioso (seppure nell'accezione di religione mondanizzata), ebbero il loro specifico ruolo da quando e sino a quando vi fu bisogno di fornire lo spazio metropolitano di un'iper-trasparenza del carattere inedito, sino ad allora sconosciuto, della modernità e della sua vita vissuta.

Le esposizioni si sono strutturate a partire dal Settecento assumendo via via assetti organizzativi, valori, contenuti, dimensioni, stili di intrattenimento, scadenze, tempi di realizzazione e giorni di apertura al pubblico diversi a seconda dei ritmi dell'innovazione tecnologica, della geografia dei commerci, del volume dei prodotti nazionali e mondiali, della quantità e qualità delle informazioni, dei magazzini, delle memorie e classificazioni con cui "rap-

presentare" l'universo intero delle scienze e delle arti.

Indicativo – e fondante per le culture della pubblicità e per le sue relazioni con lo spirito delle mode – è stato il dibattito che ben presto si sviluppò sull'opportunità pratica, più razionale, più funzionale, di non allestire strutture espositive permanenti dal momento che le scelte dei contenitori e delle forme espressive, se dettate da ragioni utilitaristiche, risultavano sempre scavalcate e smentite dalla crescita esponenziale dei beni e dei bisogni, ma in modo particolare delle forme di "spreco" e "dissipazione" necessarie a garantirne una messa in scena fantasmagorica corrispondente alla crescita dei beni materiali e dei bisogni immateriali. Fu allora inevitabile riconoscere che il permanente non basta all'effimero. La stabilità delle forme e degli stili veniva continuamente turbata, sconvolta: ridisegnata dall'eclettismo (reso evidente in modo particolare dall'ibridazione continua delle architetture dei padiglioni), rigenerata da contaminazioni espressive che si producevano nell'incrocio e scambio (già planetario, assai prima del cinema e della TV) fra etnie, nazioni, tradizioni, costumi diversi: antico e moderno, occidente e oriente, sacro e profano, classicismo e romanticismo, artigianato e industria, primitivi e civilizzati, storia e miti (ovvero la "storia profonda" a cui apparteniamo).

Già nelle esposizioni a tema o nelle Grandi Esposizioni Nazionali e a maggior ragione nelle Grandi Esposizioni Universali, complesse strategie politico-culturali presiedono alla localizzazione territoriale e alla definizione simbolica dell'evento, alla periodicità e alla natura permanente o provvisoria degli allestimenti. Essi sono il risultato di scelte economiche, tecnoscientifiche, organizzative, istituzionali di cui si fanno carico ed espressione gruppi di potere ristretti. Tuttavia, nonostante la centralizzazione e il verticismo della progettazione, dietro alla messa in opera delle "immagini" emergono molteplici soggetti: politiche nazionali e internazionali, imprenditori, corporazioni professionali e operaie, ingegneri, architetti, società scientifi-

che, ceti letterari, in cui si intrecciano livelli, intenti e ideologie diverse, ma tutte trascinate nei flussi del progresso e delle sue credenze.

Con alcune distinzioni nazionali, naturalmente. Eloquente, ad esempio, la differenza tra la scelta compiuta dai francesi nel mettere in vendita i prodotti esposti ("immenso bazar", si era scritto sulla stampa già nella prima metà dell'Ottocento) e la scelta degli inglesi, mirata a sostenere "la natura liberale e disinteressata della ricerca scientifica" (Aimone, Olmo 1990). Una divaricazione, questa, che già prefigurava quel conflitto tra interesse privato e bene pubblico che sarà alla base di due opposte strategie dei media e di due diversi livelli di interazione con le risorse del mercato e della pubblicità. Un'opposizione che si è spinta sino a oggi, nel conflitto tra la qualità televisiva affidata ai network privati al fine di farsi carico di una socializzazione educativa, identitaria, del pubblico, e la qualità televisiva affidata ai network pubblici al fine, invece, di trarre profitti dal divertimento delle masse.

È interessante ricostruire la cronologia degli eventi qui trattati. Dopo varie esposizioni industriali e agricole aperte in Inghilterra, la prima esposizione pubblica dei prodotti dell'industria francese (Parigi 1798), proponendosi come iniziativa periodica, dà inizio all'evoluzione di un modello espositivo che si realizza pienamente con l'Esposizione Universale di Londra del 1851 e che apre la concorrenza mondiale tra le grandi capitali dell'Occidente per avere il privilegio reale e simbolico di essere sede della manifestazione: Parigi 1855; Londra 1862; Parigi 1867; Vienna 1873; Filadelfia 1876; Parigi 1878 e 1889; Fiera Colombiana di Chicago 1893. Infine, Parigi 1900. Ne seguiranno molte altre, ma qui ci limitiamo a trattare la loro fase di maggiore rilievo storico e simbolico.

Assai più lento, contrastato e difficile fu lo sviluppo di questo modello espositivo in Italia. Fu possibile realizzare Esposizioni Nazionali a Firenze (1861), Milano (1881, 1894), Torino (1884, 1898), Palermo (1891-92). Eppure,

nonostante la buona prova della Prima Esposizione Internazionale d'Arte Decorativa Moderna di Torino (1902) e l'Esposizione Internazionale di Milano (1906), solo nel 1911 l'Italia sarà in grado di realizzare un modello di esposizione con caratura effettivamente universale, seppure costretta a smembrarsi in tre sedi diverse: Torino, Firenze e Roma. Questa scelta dimostra il travaglio socioculturale vissuto dal nostro processo di unificazione politica ed economica sulla base di fortissime tradizioni locali ma di nessuna tradizione nazionale, la qual cosa spiega un rapporto tra risorse della città-capitale e risorse delle città-provincia in tutto diverso da quello che ebbe la possibilità di realizzarsi in Inghilterra o in Francia.

Questa differenza è alla radice della specifica qualità dell'industria culturale di massa in Italia: dei suoi tratti anti-moderni, dei suoi livelli di socializzazione imperfetta e incompiuta, delle sue culture del consumo, dei suoi linguaggi pubblicitari, della forza e debolezza dei suoi luoghi e momenti dialettali, della sua meno intensa e incostante polarizzazione sull'immaginario metropolitano. Scompensi e ritardi che hanno pesato e pesano sull'emancipazione delle forme espressive, restando esse vincolate ai modelli di produzione culturale e di controllo sociale dei linguaggi della scrittura, dunque di saperi assai refrattari alle dimensioni espressive del mercato.

Al contrario, già l'Esposizione di Londra del 1851 fu pienamente in grado di elaborare i principali elementi che sono alla base delle strategie della comunicazione commerciale. Il contenitore in ferro e vetro fu realizzato da Joseph Paxton, architetto affermatosi nel settore delle serre e dei giardini, dunque in strutture leggere, ai confini tra artificio e natura. Si apre così anche lo stretto legame – segno di un nuovo ruolo della creatività individuale delle professioni – tra il nome di architetti o ingegneri esperti in ambienti e materiali innovativi (come, per la Francia, Gustave Alexandre Eiffel) e l'immagine simbolica che fa da guida, riflettore, attrazione, delle Esposizioni Universali. Spesso diretta-

mente e sempre indirettamente, tale immagine – marchio, logo e sito al tempo stesso – contribuì a una specifica ridefinizione del territorio urbano, dunque anche dei modi di abitare, immaginare e organizzare i corpi e la mente.

Il Crystal Palace di Paxton, luminoso e trasparente come una serra, accende lo splendore delle merci, a favore delle quali smaterializza le pareti e barriere che impediscono la massima visibilità che la dimensione metropolitana impone. Le tecnologie usate da Paxton si erano sviluppate a seguito dell'industria del viaggio e quindi dello straniero, dello spaesamento, dei riti di rigenerazione e iniziazione: avventura, nuove frontiere, esotismo, primitivismo, natura originaria e incontaminata, beni simbolici, surrogati presenti nella metropoli in artifici quali il giardino botanico e zoologico, oppure in spettacoli itineranti quali i circhi.

L'essenzialità delle strutture soddisfa il carattere di dono, ornamento, annuncio, dei prodotti; favorisce ogni apparenza e ogni alterazione psicofisica dello sguardo; libera da ogni retroscena e inibizione gli "oggetti del lusso"; mette in opera la traduzione feticista, alienata, cioè fatta oggetto, merce, dei valori originari di cui l'uomo moderno sente la mancanza e prova nostalgia. Valori che rimandano alla ricchezza dei prodotti, alle loro promesse di comfort. Essi funzionano da stimolo alle dinamiche di sviluppo dei consumi, alla loro diffusione, divulgazione, massificazione (è sull'osservazione di questi fenomeni che passa la differente interpretazione che del capitalismo hanno dato Marx e Weber, da un lato e Sombart, dall'altro).

Così pure la scelta di inaugurare l'apertura dell'Esposizione del '51 alla presenza della regina Vittoria sanzionò il ruolo consacrante del testimonial. Inaugurò il passaggio dall'autorità divina e regale del sovrano all'autorità mondana degli eroi popolari o dei divi cinematografici. Infine il transito del testimonial dall'"uomo di lusso" all'"uomo comune" (quello che nella dimensione delle esposizioni era ancora costretto al ruolo di spettatore, di sedotto e

non di seduttore, di fedele più che di officiante).

Procediamo avanti nel tempo. Abbandonato l'uso di un unico edificio espositivo, la scelta della struttura a padiglioni rese più forte ed evidente il reciproco calco tra percorsi materiali e percorsi mentali del visitatore. Nell'Esposizione parigina del 1867, la pluralità degli edifici trasforma la piazza-mercato e la piazza-palazzo in città, città nella città. Tipica "invenzione" urbana che, nel tentativo di recuperare le antiche cosmogonie sui rapporti elettivi tra individuo e vita universale, concepisce i luoghi – palazzo, teatro, centro cittadino – come mappatura di movimenti che dalla materia fisica delle cose giungono sino all'intelletto (si trattava di "inventare" una tradizione, quella dell'industria, e dunque i dispositivi di memorizzazione erano essenziali).

Il consumo dello spazio attrezzato nel '67 aveva la qualità articolata e complessa del corpo umano:

> si inizia dall'alimentazione (con depositi sotterranei a disposizione dei ristoranti) e passando alla Galleria delle Macchine, alle materie prime, all'abbigliamento, all'arredamento, alle arti liberali, si arriva alle opere d'arte. Il cuore della struttura è dedicato alla mostra sulle monete e sulle unità di misura e a quella sui monumenti storici (Aimone, Olmo 1990).

Furono qui prefigurati viaggi e giochi di simulazione – nel concreto e nell'astratto, nel tempo e nello spazio – da cui deriveranno anche la letteratura fantascientifica, i percorsi di genere, gli automi. Dinamiche culturali che, in una serie di infinite concatenazioni – ancora produttive persino per l'immaginario tecnologico delle dimensioni postmoderne e per i linguaggi virtuali del computer (Milner 1982) – furono divulgate dalle anticipazioni fantastiche di mondi futuri operate da Jules Verne (1828-1905) e troveranno una loro prima grande condensazione immaginifica nella messa in scena espressionista di *Metropolis* (1925) di Fritz Lang: grande parco delle meraviglie, in cui le passioni operaie sono relegate nel retroscena, nelle viscere della

terra, mentre i giardini felici del paradiso capitalista sono esposti alla luce del sole (e tuttavia a rischio dei movimenti tellurici che possono sprigionarsi dal “basso”).

Tutti i fattori sin qui elencati fungono da volano delle integrazioni e mutazioni tra arte e mercato, arte e pubblicità, assolvendo un ruolo di preparazione dell’esperienza delle avanguardie storiche, del conflitto definitivo tra cultura d’*élite* e cultura di massa. Significativo è il progressivo slittamento delle scelte espositive ottocentesche dalla esclusiva offerta dei mezzi di riproduzione dell’opera d’arte, dunque delle sole riproduzioni, delle copie in serie, all’offerta del prodotto artistico in quanto tale, dunque degli originali, come “parte” ma anche “icona globale” dell’universalità spaziotemporale dei settori merceologici. Altrettanto significativa la discussione che a seguito dell’Esposizione di Torino dedicata alle arti decorative, si sviluppò intorno al movimento internazionale denominato Art Nouveau, grande tentativo della cultura alto-borghese di costruire il “proprio spazio” al di là dei suoi stessi confini storici e, insieme, precoce intuizione della natura estetica dei prodotti funzionali, quotidiani, di consumo, segno di una creatività che iniziava quella estetizzazione della società che sarà il tratto più evidente e dominante delle società post-moderne.

Parigi, l’Esposizione del 1900. Con la sua collocazione simbolica di fine e inizio del secolo, può essere considerata come il dispiegamento, spinto sino alla sua massima enfatizzazione, di un dispositivo che aveva sfruttato tutte le proprie possibilità spettacolari e la cui sostanza stava “esplodendo” su altri media. E fu appunto il cinema, nato da pochissimi anni, che, linguaggio dell’immaginario collettivo e non semplice mezzo tecnico, sviluppò la propria natura di schermo, di specchio dello spirito del tempo, in gran parte alimentandosi delle sperimentazioni di massa compiute dalle e nelle esposizioni. Qui s’erano primariamente manifestati modelli e forme di rappresentazione, generi e figure, che a loro volta attingevano a modalità di consumo già preesistenti nell’esperienza collettiva dello

sviluppo moderno: dalle nuove percezioni dell'immagine vissute viaggiando in treno alle varie macchinerie dei "quadri viventi", delle "lanterne magiche", dei "teatri dei trucchi e delle attrazioni", della fotografia, delle cartoline illustrate, dei giochi meccanici (Costa 1983). L'Esposizione del 1900, in tutta la sua potenza e autoaffermazione, risulta quindi un bilancio in attivo più che una effettiva innovazione. Questa stava migrando altrove.

Le architetture e mappe immaginarie delle grandi esposizioni – con tutte le loro simulazioni di una città-mondo, di un futuro-presente, di un passato "gettato in avanti", di una massa quotidiana felicemente integrata alla produzione di merci, lavoro e tempo libero – avevano raggiunto il proprio scopo. Erano state capaci di funzionare da laboratorio per l'immaginario, elaborando i luoghi ma anche i racconti in cui collocare la vita dei prodotti, in cui esaltare il protagonismo del consumatore, la sua personalità, le sue attese. Così moda, sport, turismo, arredamento, divertimento si aggregarono intorno alla regia delle esposizioni, al loro modello di "opera totale", di "opera mondo", per tornare poi a disaggregarsi e ricomporsi nella nuova potenza territoriale degli spazi mediatici della società di massa. Attraverso dinamiche centripete (dalla periferia al centro: dalla molteplicità e diversità delle esperienze, dei soggetti, delle classi, dei ceti, degli stili di vita, alla loro omologazione in uno standard comune, in uno spettacolo di massa) e dinamiche centrifughe (dal centro alla periferia: fantasmagorie e desideri che si diffondevano al di là di ogni condizionamento geofisico, antropologico, linguistico), avevano integrato nel proprio farsi evento il carattere ancora locale delle esperienze metropolitane con le prime poderose reti transnazionali degli interessi economici del capitalismo e dello sviluppo tecnologico.

Dopo l'Ottocento, quelle reti cominciarono a crescere vertiginosamente e tornarono a trovare momenti localizzati di rappresentazione simbolica significativi (in particolare intorno agli anni Trenta), proponendo le nuove mera-

viglie del secolo, facendosi teatro di nuovi stili e nuovi movimenti. Ma la determinazione festiva e spettacolare delle grandi esposizioni ottocentesche si è perpetuata non tanto nella fortuna o meno delle successive esperienze novecentesche – sempre più incapaci di rappresentare localismo e planetarismo delle forme di produzione e consumo a un'altezza superiore ai dispositivi audiovisivi ormai diffusi nella globalità dell'agire comunicativo – quanto piuttosto nel processo di festivizzazione del quotidiano operata dai linguaggi televisivi, nella lucente visibilità degli sponsor, nella progressiva merceologizzazione di ogni rete di comunicazione, di ogni programma e di ogni pubblico, nella concentrazione delle seduzioni spettacolari esibite dagli spot pubblicitari e in particolare da quegli spot che affidano la fascinazione delle marche e dei prodotti a immagini sublimi, catastrofiche, clamorose, strappate all'esperienza dei grandi spettacoli di massa realizzati dal cinema hollywoodiano, dai concerti rock, dalle manifestazioni sportive, dal grande divismo, dagli effetti speciali.

Le Esposizioni Universali sono dunque servite a produrre le radici immaginifiche dei pubblici di massa, a costruire le dinamiche virali su cui si basa lo sviluppo dell'immaginario collettivo moderno, la sua intensificazione ed espansione. Entrano in ombra quando la centralità di queste strategie viene assunta da un'industria culturale che ha raggiunto la dimensione di un'unica esposizione universale permanente. Il tratto localistico della loro origine urbana riemerge sul finire del Novecento, quando saranno gli stessi altissimi livelli immaginifici raggiunti dai territori mediali a stimolare modalità di recupero del territorio fisico, quali sono i parchi a tema o gli shopping center, in cui le costruzioni tutte artificiali di spazi attrezzati per l'intrattenimento e i consumi raggiungono la paradossale qualità di essere forme radicalmente sradicate dalla tradizione locale (per questo vengono detti "non-luoghi") e tuttavia anche forme di vita estremamente situate nell'emotività percettiva della dimensione mediale di ciascuno di noi.

Estetiche

Alberto Abruzzese

L'estetica studia le forme espressive. Lo ha fatto per lungo tempo all'interno del pensiero filosofico, il quale può avere la vocazione a costituirsi come critica dell'esistente, ma più spesso tenta e soprattutto ha tentato semplicemente di conoscerlo, di organizzarlo in un discorso concettuale, di trovarne il senso universale. L'estetica delle forme "apparenti" delle cose può riguardare ogni oggetto della nostra vita. Infatti usiamo questo termine anche per "fare bello" un corpo, un viso, un seno, al fine di rassicurarci, dandoci la sensazione soggettiva di rientrare così in un modello di bellezza desiderato, richiesto, condiviso. Ma in genere – e in modo socialmente autorevole – dicendo estetica delle forme ci si riferisce ai mondi delle arti, dello spettacolo, del design.

Nella manualistica corrente, gli studi sulla comunicazione, in particolare quelli di impostazione teorica e di base, non toccano problematiche relative all'arte e tanto meno alle filosofie che trattano delle arti in quanto forme estetiche. Se questo accade, si tratta di sociologie applicate e di settore (ricerche nel campo dell'organizzazione e consumo dei beni culturali, della moda vestimentaria, dei mercati dell'arte). Tuttavia, qualsiasi mezzo di comunicazione e tanto più i media di massa, così ricchi di dispositivi simbolici e finzionali, non possono essere pienamente compresi senza mettere in gioco anche competenze in un campo che, in loro assenza, svuoterebbe di significato persino termini assai correnti nel linguaggio professionale dei comunicazionisti come "spettacolarizzazione della politica", "estetizzazione della vita quotidiana", "qualità di prodotto".

Se vogliamo tenere sempre fermo il rapporto tra teorie dei media – quelle che servono alla fiction e all'intrattenimento, e quelle che servono all'informazione – e sistemi

espressivi dell'industria culturale, dunque proprio quelli della società contemporanea, dobbiamo analizzare il processo storico per cui insieme alla nascita della modernità sono nate anche le prime teorie estetiche. È in questo percorso che possiamo trovare le tracce della sensibilità e del gusto con cui percepiamo le forme della comunicazione, i fattori che contribuiscono a dare loro un senso e un valore, gli elementi culturali che ne determinano la forza emotiva, il livello di interiorizzazione e memorizzazione, l'efficacia operativa che esse assumono per noi e per gli altri, per i conflitti e mutamenti della società.

L'invito a riferirsi alle modalità delle arti, naturalmente va fatto dando una precisa cornice storica ai valori estetici, vale a dire che essi non vanno assolutizzati o ritenuti di per sé un luogo comune, né un vezzo culturale – spesso così provinciali e velleitari – con cui condire analisi che denunciano invece la totale ignoranza sulla componente o sostanza artistica dell'oggetto preso in esame. Se si ritiene utile rimandare alla sequenza che le ha viste svilupparsi dal Rinascimento sino a oggi, è proprio perché le estetiche vanno qui prese in considerazione in quanto intimamente collegate alle logiche del moderno e delle sue forme di comunicazione. Dunque le estetiche non servono come teorie generali, ma come indicatori. Mai ricorrere dunque a una categorizzazione astratta delle qualità dell'arte o degli artisti.

Questo collegarsi alle estetiche che fanno parte dei contesti di riferimento di ogni tratto di continuità e discontinuità dei linguaggi espressivi moderni, non deve impedire di cogliere nella loro progressiva strutturazione istituzionale e sociale anche i modi in cui la modernità ha assorbito in sé e rielaborato precedenti condizioni antropologiche e storiche della civiltà umana in cui fenomeni apparentemente analoghi erano tuttavia parte di contesti che davano loro un senso completamente diverso.

La storia della sensibilità artistica e della sua teorizzazione estetica, infatti, può essere considerata in un certo

senso come la storia dei rapporti tra le forme ordinate e simmetriche del bello e gli effetti disarmonici del brutto. Questi rapporti, vissuti in forte contrapposizione nel mondo primitivo e classico, ma anche sacralizzati e ritualizzati a fini sociali proprio salvando la loro reciproca contraddizione, sono entrati successivamente in complesse forme di integrazione e mutua fungibilità nell'epoca moderna. In questo passaggio, ciò che noi oggi chiamiamo arte, in quanto forte creatività espressiva e immaginifica, si separò dal mondo sacro dei rituali e della sovranità religiosa, divenendo – secondo le regole della divisione sociale, tipica dei processi di modernizzazione – istituzione a sé stante.

L'estetica nasce come vera e propria disciplina a opera di pensatori come Alexander Gottlieb Baumgarten (1714-1762) e Immanuel Kant (1724-1804), e si caratterizza essenzialmente per il tentativo di coniugare la conoscenza intellettuale basata sui concetti universali e astratti con la conoscenza sensibile del particolare concreto. La rivalutazione della conoscenza sensibile produce due ordini di conseguenze. In primo luogo, mette in crisi la concezione classica per la quale il bello costituiva il risvolto sensibile del vero e del buono, e con essa anche la tradizione gerarchica dei sensi. Il privilegio accordato ai due sensi pubblici della vista e dell'udito è dovuto al fatto di essere ritenuti adatti alla percezione del bello perché facilmente traducibili dall'intelletto (in latino il concetto di brutto viene spesso indicato attraverso la parola *foedus* – da cui in italiano fetido – che non a caso è associata all'odorato). Ma in età moderna si passa a un sempre maggiore apprezzamento verso sensi più vaghi e soggettivi, come appunto l'odorato, il tatto e il gusto, al punto che gusto è diventata la parola che definisce per antonomasia il giudizio estetico. In secondo luogo, l'orientamento moderno legittima di fatto, sia sul piano filosofico sia su quello delle pratiche sociali, l'estensione dello sguardo e dell'attenzione degli uomini su un vasto ambito di fenomeni smisurati, disar-

monici e quindi brutti, tradizionalmente rimossi e ignorati nell'arte classica. In età moderna

> si aprono all'arte, che ne era stata distolta, tutti i recessi del "mondo della vita", la cui incoerente, imprevedibile molteplicità rimaneva in genere occultata dalla rigidità delle forme intellegibili, dall'ottundimento dell'abitudine e dall'onnipervasivo paradigma della "legge universale" (Bodei 1995).

La modernità s'inaugura con l'estetica e l'estetica a sua volta s'inaugura con la soggettivazione del giudizio di gusto e con la progressiva scoperta e legittimazione del brutto, che, refrattario alla composta misura del bello di natura, si cerca perciò di redimere all'interno di un nuovo e più perfezionato ordine artificiale, il bello artistico. Per Friedrich Schlegel (1772-1829) le opere che l'arte moderna produce non si conformano a un ideale oggettivo e universale di bellezza ma perseguono l'"interessante" allo scopo di soddisfare i bisogni soggettivi di un pubblico che non è più costituito da una ristretta *élite* di aristocratici ma dalla massa allargata dei borghesi. Secondo Schlegel, in un saggio di "poetica applicata" scritto nel 1795 e integrato nel 1823, dal titolo *Sullo studio della poesia greca*:

> Il pubblico, anche il più colto, del tutto indifferente alla forma ed esclusivamente assetato di contenuti, non chiede all'artista altro che individualità interessante. Purché si produca un effetto e questo effetto sia forte e nuovo, il pubblico è indifferente al modo e alla materia in cui ciò avviene, proprio come è indifferente all'armonizzare dei singoli effetti in un insieme compiuto.

L'analisi di Schlegel sulla letteratura moderna chiarisce le ragioni della crisi del bello. La categoria del bello non basta più da sola a spiegare i fenomeni artistici nelle nuove condizioni che caratterizzano il rapporto fra autore e pubblico e fra testo e lettore nella società moderna. Così, nel Settecento viene elaborato il concetto di sublime che, nella

concettualizzazione di Edmund Burke, a differenza del bello che si fonda sul piacere, deriva propriamente dalla contemplazione del dolore altrui, in cui ci si compiace di non essere coinvolti. Il sublime, come pure il brutto, il dissonante e il caotico, appare come un "piacere negativo" (secondo la definizione di Kant), ovvero come minaccia evocata ma tenuta a distanza e metabolizzata attraverso l'arte.

Oltre che il segno di un profondo mutamento intervenuto nella composizione sociale del pubblico che, spintosi oltre misura rispetto alla coesione comunitaria degli adepti, cerca nell'arte non più i valori della forma bensì emozioni forti ed esperienze impressionanti, la scoperta del sublime in età moderna testimonia generalmente anche della maturazione di un diverso atteggiamento che gli uomini tendono ad assumere verso l'esistenza. Dopo l'evento epocale della Rivoluzione francese, gli individui non si percepiscono più come spettatori isolati e al sicuro dagli eventi della storia, ma tendono a considerarsene direttamente gli attori: tipico esempio sono state le feste rivoluzionarie in cui l'oggetto della celebrazione coincideva con i soggetti celebranti. Ebbene, il sublime in arte rappresenta l'ultima tenue frontiera di cui si muniscono i moderni per continuare a godere della serena condizione descritta da Hans Blumenberg (1979) attraverso la metafora lucreziana del "naufragio con spettatore". Quando successivamente anche quella tenue frontiera sarà abbattuta e si farà strada la consapevolezza che non ci si può tirare fuori dal naufragio poiché la vita stessa è rischio e instabilità, lo spettatore sarà snidato dalla sua comoda e imperturbabile postazione e chiamato a misurarsi direttamente con le potenze del brutto e del negativo perdendo ogni residua possibilità di riscatto estetico. In quel momento il brutto avrà completamente soppiantato il bello diventando l'autentico motore segreto della produzione e del consumo di arte. Da quel momento l'immaginario letterario si popolerà di fantasmi, vampiri, personaggi deformi e mostruosi e il repertorio artistico accoglierà temi che spaziano dallo spettrale al disgustoso, dal cruento all'osceno.

In questo contesto va inquadrato il saggio che Karl Rosenkranz (1805-1879) scrive nel 1853 intitolato appunto *Estetica del brutto*, e che preannuncia per molti versi il pensiero negativo tedesco del Novecento. In Rosenkranz

> l'attrazione per il brutto non è che un aspetto della patologia generale della società, il riflesso variamente deformato di conflitti laceranti che, trascinandosi senza soluzione, avvelenano la convivenza sociale (Bodei 1984).

Nonostante l'attenzione ai fenomeni del volgare, del ripugnante e della caricatura, Rosenkranz si muove ancora sostanzialmente all'interno del paradigma estetico hegeliano, che considerava l'arte come il luogo dell'armonia e della conciliazione: il suo sforzo di conferire cittadinanza estetica al brutto si spiega alla luce dell'assunto per cui "la forza dell'armonia si manifesta tanto più potente quanto più grande è la disarmonia su cui trionfa". In altre parole, Rosenkranz registra il passaggio del brutto dallo statuto di ciò che si oppone al bello a quello di ingrediente necessario del bello stesso, al punto che quanto maggiore è il brutto che l'arte riesce a esprimere tanto più si accresce la sua capacità di dialettizzare (dunque socializzare) il negativo e quindi potenziare di senso il suo grado di bellezza.

Ma dentro questo genere di dicotomie, l'autore che maggiormente ha pesato come interprete e insieme tradizione delle estetiche della modernità è sicuramente Hegel (1770-1831). È proprio da un'ormai oggettiva e insanabile frattura tra valori armonici dell'arte classica e valori disarmonici dell'arte romantica che parte il ragionamento su cui fecero perno le sue lezioni di *Estetica* (Hegel 1836-38), pubblicate in edizione postuma. Un'imponente trattazione in cui l'impianto sistematico, tipico di questo filosofo e del pensiero dialettico come strumento della progettualità moderna, elabora il concetto di "morte dell'arte" (concetto di lunga durata, sino a oggi, tempo, come si suole dire, della "morte della televisione"). L'artista romantico, esiliato dalle

condizioni di equilibrio con cui il mondo classico si mostrava capace di rappresentare le cose in forme universalmente valide nel tempo e nello spazio, viene individuato al contrario nella sua inadeguatezza, diviso tra l'estrema soggettività che spinge al divino e l'estrema oggettività in cui è gettata l'esperienza vissuta. È su questa decadenza delle forme universali dell'arte e questa emancipazione sociale dell'artista moderno – nonché sull'ibridazione tra questi due movimenti – che si fonda il nucleo teorico con cui si confronteranno gli artisti e filosofi dell'arte, dal decadentismo alle avanguardie storiche, dal razionalismo moderno alla serialità dei mass media, dalle grandi narrazioni collettive della società industriale ai linguaggi frantumati e sconnessi degli spot pubblicitari. Sulla stessa linea della opposizione tra antichi e moderni, troveremo la contrapposizione di Nietzsche (1844-1900) tra pulsione apollinea e pulsione dionisiaca dell'arte, cioè tra le procedure espressive volte a ricomporre e quelle volte a sconvolgere, scomporre, dilaniare i mondi della rappresentazione. Su questa stessa linea si eserciteranno i vari momenti in cui alle forme simmetriche, centrali, armoniche della contrapposizione verranno contrapposte quelle asimmetriche, decentrate, caotiche.

Alla tradizione hegeliana si ispirò la riflessione estetologica dei teorici della Scuola di Francoforte Herbert Marcuse (1898-1979) e Theodor Wiesengrund Adorno (1903-1969). Per Marcuse l'arte che rappresenta una realtà ideale e bella produce falsa coscienza, ossia costruisce un tipo di cultura "affermativa" che serve a rendere sopportabile la non-libertà dell'esistenza sociale borghese, al punto che "gli uomini possono sentirsi felici, anche se non lo sono affatto" (Marcuse 1937). Anche secondo Adorno il concetto classico di bello risulta inadeguato, fittizio e mistificatorio rispetto all'esperienza sociale ed esistenziale del mondo moderno. L'arte, per mantenere la sua carica di "inattualità" critica nei confronti della realtà esistente ed evitare di ridursi a una consolatoria quanto superficiale domenica della vita, non deve temere di avventurarsi nei territori del deforme e del

dissonante, perché solo così è in grado di denunciare la violenza e l'irrazionalità che regnano nel "mondo amministrato" del sistema capitalistico. Da queste tesi Adorno ricava sia il giudizio positivo espresso nei confronti delle avanguardie storiche, sia il severissimo giudizio sulle forme dell'industria culturale. Così anche Adorno, pur portando alle estreme conseguenze l'enfasi sul brutto promossa dalla linea Burke-Schlegel-Rosenkranz, finisce per riservare all'esperienza estetica la possibilità di un orizzonte che sia alternativo al mondo prodotto dalla tragica, inaudita, aberrazione novecentesca di Auschwitz. Anche per Adorno, in definitiva, nell'arte risiedono sia l'opportunità per un'esperienza autentica e non alienata sia lo spiraglio per poter insorgere contro le forme degradate della società borghese, emancipandosi così dal suo universo "concentrazionario".

Quanto più ci si avvicina ai giorni nostri, il quadro delle estetiche, già sino a questo punto sunteggiato solo in qualche suo tratto e con infinite lacune, si fa sempre più complesso. Tuttavia, per dare qualche indicazione anche sull'esito delle estetiche tardo-novecentesche, risulta vantaggiosa proprio la dicotomia bello-brutto che ci ha guidato sin dall'inizio. Già alle tesi di Rosenkranz non erano state estranee le terribili immagini delle città industrializzate, in cui il nuovo si manifestava nelle nebbie delle ciminiere. Così come abbiamo detto che Hegel aveva percepito nella modernità una catastrofe dei fondamenti stessi di un'estetica in quanto filosofia, gettando il fare artistico nell'esperienza diretta e irreversibile delle cose. Tutta la grande arte simbolista europea – basti pensare a Baudelaire (1821-1867) – era stata attraversata dalla percezione di eventi metropolitani che andavano sconvolgendo ogni precedente ordine estetico, penetrando nei meandri più profondi del senso e rigenerando miti sulle rovine della forma bella piuttosto che sulla sua edificazione. È in tutti questi transiti che le estetiche cominciano a vivere una contraddizione interna insanabile. Le poetiche degli scrittori e degli artisti – cioè la riflessione che l'arte non affida

alla filosofia ma compie su se stessa, dal proprio interno – prendono il sopravvento.

Con la massiccia crescita dei processi di metropolizzazione e a ragione delle sue dinamiche di sconfinamento tra una provincia e l'altra del sapere e del fare, l'estetica viene a incrociarsi con la crisi radicale del sistema filosofico hegeliano (lo sviluppo dialettico della storia in cui persino il fallimento estetico dei romantici poteva essere valorizzato) e con il pensiero sociologico, dunque con un punto di vista che, per cogliere i luoghi in cui la società sta concentrando la potenza dei linguaggi espressivi, comincia a guardare ai bordi dei testi e delle opere. Basta qui rimandare ad autori come Georg Simmel (1858-1918), quando ad esempio elabora le sue tesi sulla moda, fondate su meccanismi ben diversi dagli statuti della tradizione; come György Lukács (1885-1971), quando analizza il romanzo borghese o la nascita del cinema, infine come Walter Benjamin (1892-1940), straordinario interprete, appunto, delle estetiche della metropoli, dei processi di socializzazione e massificazione delle forme espressive, della crisi della sacralità dell'opera d'arte e dell'avvento della sua riproducibilità tecnica (che, negando lo statuto di unicità e irripetibilità dell'oggetto artistico, imponeva una totale revisione delle estetiche).

L'estetica in quanto disciplina filosofica ha così esaurito sempre di più la sua vocazione a spiegare il senso universale delle arti, poiché queste ultime, entrando nella loro dimensione tardo-moderna e post-moderna, sfuggono alle coordinate stesse delle tradizioni estetologiche. Si sono fatte avanti altre discipline, in cui a prevalere non è una filosofia dell'opera d'arte ma filosofie, sociologie e semiotiche del linguaggio artistico. Il punto di vista più tradizionalmente estetico si è fatto sempre meno teoretico e sempre più storico o critico, teso alla spiegazione di ciò che l'arte è stata dopo essere appartenuta alle dimensioni del sacro e a quelle del fare (dell'artigianato, delle "arti minori") oppure a quello che essa non è più.

Etiche
Alberto Abruzzese

Il passaggio alla post-modernità – dunque alla dimensione in cui il progetto moderno si mostra insoddisfatto di sé e, pur disarticolando le proprie forme di potere verticali e centralizzate, non riesce a uscire da se stesso – non ha più potuto conservare l'idea di un'aspirazione a valori universali e ogni "disciplina" umana ha così dovuto riconoscere una pluralità di "discorsi", e quindi anche di etiche, spesso tra loro in conflitto. Tuttavia, proprio la dimensione plurale e non semplicemente manichea, duale, dei conflitti costituisce (a seconda delle politiche di governo adottate per indirizzare la loro turbolenza) non solo il piano di debolezza ma anche di forza della tarda modernità.

Possiamo allora tracciare un percorso dei sistemi sociali evoluti in cui ciascun contesto nazionale ha assorbito, commisurandole a sé, le diverse etiche appartenenti a diversi ambienti geopolitici, facendo perno sulla capacità di dominio e di continua ridefinizione dell'etica del capitalismo e infine delle etiche del consumo. In questo compiersi dello sviluppo industriale e di massa nella maggiore complessità delle figure e delle narrazioni della dimensione post-industriale, possiamo osservare una serie di innovazioni: l'estetizzazione delle etiche e cioè la traduzione in piattaforme espressive del contenuto sostanziale dell'etica, ossia la scelta, rendendola così simile all'autonomia dell'arte e al localismo del gusto; l'apertura di interrogativi etici privi di storia e tradizione in quanto derivati dal sorpassamento della linea di frontiera tra umano e inumano (le trasformazioni biopolitiche, biogenetiche e biotecnologiche, come l'uso – se non ancora la legittimazione piena, di cui in molti paesi del mondo gode invece la pena di morte – di guerre contro i civili, la fecondazione artifi-

ciale, la clonazione dell'uomo, la mutazione irreversibile dell'ambiente, l'alimentazione artificiale); l'elaborazione di un'estetica *hacker* che sembra richiamare, per quanto aggiornate e corrette, le stesse strategie di produzione e costruzione dei valori umani da mettere a fondamento di una società nuova, un "nuovo mondo", strategie messe in opera con successo nelle prime caotiche, dis-ordinate, fasi dell'individualismo borghese (le risorse creative dell'anomia e della devianza, il meticciato metropolitano delle razze e delle culture, lo spirito della frontiera, ma anche lo spirito religioso di un comune progetto umanitario, il rigore di sentirsi nel giusto, di tenere nella propria mano il futuro, di essere la nuova "legge").

Evento

Andrea Pollarini

Nel linguaggio corrente il termine “evento” viene utilizzato per indicare qualunque accadimento – naturale o artificiale – che appaia o che si voglia fare apparire come “straordinario”. Da una disamina più attenta ci accorgiamo però che questa definizione si associa più propriamente a due “oggetti” comunicativi molto diversi tra loro.

Da una parte abbiamo, infatti, tutti quei prodotti generati all’interno del sistema delle comunicazioni di massa che per la loro rilevanza, per le novità di linguaggio che eventualmente propongono e, in ultima analisi, per lo scarto che introducono rispetto alla consuetudine dei palinsesti televisivi sollecitano un interesse del pubblico e/o degli altri mezzi di comunicazione superiore a quello ordinario: si parla così di una trasmissione evento, di un film evento, di un convegno evento, ecc. L’artificiosità di queste operazioni ha portato in passato alcuni mass-mediologi a racchiudere l’insieme di questi elaborati nella definizione – forse un po’ semplicistica – di *falsi-eventi.* Dall’altra parte abbiamo invece un insieme di situazioni di tipo essenzialmente rituale costruite intenzionalmente allo scopo di rafforzare l’adesione e il senso di partecipazione dell’individuo a un determinato gruppo sociale o a una determinata identità culturale (pensiamo ad esempio allo svolgimento di un mitico raduno giovanil-musicale come il festival di Woodstock del 1969 o a quello di un’importante manifestazione sportiva a carattere partecipativo come potrebbe essere la *New York City Marathon*). In questi casi ci troviamo di fronte a oggetti comunicativi la cui esistenza “prescinde” dal sistema delle comunicazioni di massa (il che non vuol dire che lo ignori o lo trascuri) poiché essi sono dotati di un linguaggio e di una grammatica comunicativa propri, basati sulla reiterazione

di simboli, codici e modelli relazionali “tipici” e spesso provenienti (attraverso i necessari aggiustamenti) da epoche precedenti alla nostra. Accadimenti che possiamo considerare alla stregua di cerimonie di appartenenza comunitaria e che, proprio per questo, possiamo definire in senso proprio con il termine di *evento culturale*, *cerimoniale* o *comunicativo*.

Le due definizioni, pur rappresentando in tutta evidenza approcci completamente diversi, non ci paiono però necessariamente contrastanti. Infatti può darsi il caso (ed è abbastanza frequente) di eventi “di appartenenza” che – in virtù dello scarto informativo che producono – si prestino di buon grado a essere ripresi dal sistema delle comunicazioni di massa diventando così anche “media eventi”. Può darsi inoltre che, nel passaggio dal linguaggio del rito a quello proprio dei media generalisti, alcuni eventi incorrano in una sorta di adattamento semantico, diventando in qualche modo eventi di “secondo grado”. Così, ad esempio, se è fuori di dubbio che un evento come il Festival di Cannes costituisce per la comunità dei *cinephiles* e dei cinematografari un vero e proprio rito di appartenenza, è altrettanto vero che nel racconto dei mezzi di comunicazione la liturgia del festival diventa soprattutto l’occasione per reiterare alcuni stereotipi (come il *glamour*) che l’industria cinematografica ha saputo associare alla propria immagine sin dalla sua “età dell’oro”. A questo processo di ri-semantizzazione non è estraneo il ruolo di un territorio come la Costa Azzurra che, disponendo già (per proprio conto) di un’immagine percepita molto vicina ai “valori” in questione, svolge una funzione rafforzativa in questa direzione (dimostrando così lo stretto grado di interazione che esiste tra il “significato” di un evento e la “vocazione” del territorio in cui si svolge).

Quest’apparente contraddittorietà fotografa piuttosto la complessità e la molteplicità di funzioni che l’evento ricopre nella dimensione contemporanea. In quanto rito di appartenenza, l’evento si configura, infatti, come sistema

di relazioni interpersonali il cui significato può trovare piena comprensione e applicazione solo in un particolare ambito comunitario. In tal senso la novità di questa fase storica (e, di conseguenza, dell'attuale logica degli eventi) è data dalla modificazione del concetto di comunità: la post-modernità segna infatti il passaggio sempre più evidente da un modello di comunità basate su un'appartenenza di ambito territoriale a un modello di comunità "vocazionali", basate sulla semplice condivisione di valori espressi attraverso atti di consumo. Comunità solo apparentemente "virtuali" che proprio nella dimensione dell'evento trovano una fondamentale occasione d'incontro e visibilità.

In quanto vera e propria piattaforma espressiva – fatta di archetipi e quindi in possesso di un'elevata capacità mitopoietica, in grado di autosegmentarsi in diverse vocazioni – l'evento può diventare un importante strumento di marketing strategico in grado di connotare in termini valoriali (attraverso un trasferimento di senso) un marchio industriale, un territorio o un medium particolare. Ma – a differenza di ogni altro medium pubblicitario – l'evento è anche un prodotto a sé stante, dotato di una propria e autonoma logica industriale. L'organizzazione di un evento rappresenta cioè un'impresa in grado di generare profitti o perdite e non è un caso che si parli sempre più frequentemente dell'industria degli eventi come di un comparto dotato di una propria specificità nell'ambito dell'economia dell'entertainement.

Vediamo ora di chiarire gli elementi sostanziali del processo produttivo in questione. Si è detto che, nella sua natura di rito di appartenenza, l'evento culturale contemporaneo mutua da forme arcaiche di ritualità le proprie caratteristiche essenziali. L'evento cerimoniale (contemporaneo e non) costituisce una fondamentale occasione di auto-definizione da parte di un gruppo e di una comunità: è il momento (o uno dei momenti principali) in cui il gruppo diventa visibile a se stesso.

In quanto rito di appartenenza l'evento postula la partecipazione diretta del membro della comunità al suo svolgersi dentro una determinata cornice spazio-temporale, teatro della sua dimensione locale. In altri termini possiamo dire che la sua caratteristica principale è quella di sollecitare nell'individuo la dimensione dell'agire, quasi sempre connessa all'uso del corpo, dei suoi linguaggi. Una partecipazione che può prevedere – e che anzi in genere prevede – diversi gradi gerarchici e livelli di coinvolgimento maggiori o minori (come nel caso del coinvolgimento indiretto del tifoso in rapporto allo svolgimento dell'evento sportivo), ma che permane come cifra dell'evento durante tutto il suo svolgimento. In questo senso possiamo anche dire che l'evento rappresenta il punto culminante di un processo narrativo che sviluppa gradi diversi di fascinazione, il cui piacere è direttamente proporzionato al grado di conoscenza ed esperienza posseduta dall'adepto in merito agli ingredienti costitutivi dell'evento stesso. Qui la cornice di riferimento sconfina, si allarga in ben altra dimensione dello spazio e del tempo. Trova e sfrutta un'altra profondità mentale ed emotiva.

Nel caso degli eventi sportivi, ad esempio, questa profondità è data tanto dalla conoscenza (sincronica) delle regole e delle tecniche di gioco – che consente di interpretare e vivere al meglio le diverse fasi di svolgimento dell'evento – quanto dalla conoscenza (diacronica) delle "vicende precedenti", che permette invece di inserire quel determinato evento in un "contesto mitologico" molto più strutturato. Più estensivo.

L'evento è infatti, per definizione, un *metalinguaggio* che si esprime con le modalità della metafora e del mito. Al di là della propria identità fattuale rimanda a un paesaggio simbolico noto, in relazione al quale si propone come *archetipo*. Così, ad esempio, la *Paris-Dakar* non rappresenta soltanto, nell'immaginario collettivo, un raid automobilistico ma anche e soprattutto l'idea stessa (contemporanea) di avventura e di fitness.

Da questo insieme di definizioni si evince che l'evento culturale è in sostanza una forma primigenia di comunicazione di massa. In virtù della propria duttilità, ovvero della capacità di adattarsi a situazioni e contesti diversi (si pensi ad esempio al lungo e preordinato lavoro di "assorbimento" effettuato dal cristianesimo nei confronti dei precedenti sistemi festivi romano ed ebraico), ma soprattutto per il fatto di porre gli individui in diretta relazione (indipendentemente dall'evoluzione dei media, della loro sapienza ed efficacia tecnologica), l'evento ha saputo attraversare i diversi stadi della comunicazione mantenendo sostanzialmente inalterate le proprie regole grammaticali.

In questo senso è anche possibile ipotizzare una sorta di tipologia storica degli eventi cerimoniali. Possiamo tracciare l'identità, in prima approssimazione, delle seguenti aree: riti di fondazione/costruzione; tributi, riti di devozione, pellegrinaggi; trionfi, processioni, parate; riti di passaggio; riti e ludi sacrificali; feste di "auto-rappresentazione" comunitaria; eventi come occasioni di rappresentazione del mondo; riti di alleanza e di "compensazione" comunitaria; mondi alla rovescia; agoni e riti di "distinzione" sociale.

Di fronte a questa casistica, si apre un filone di ricerca in massima parte mai ancora sperimentato. Un lavoro che avesse lo scopo di indagare non le differenze formali ma gli elementi di continuità "grammaticale" riscontrabili tra eventi storicamente e tipologicamente differenti finirebbe per rivelare tutta una serie di impressionanti analogie, come quelle che esistono – ad esempio – tra l'antico rito di fondazione di una casa e la "vernice" di una (modernissima) mostra d'arte oppure tra le medievali "feste dei folli" e la rivolta politica del 1977.

Famiglia
Alberto Abruzzese

La famiglia è il nucleo genetico delle società. La lunga durata del suo dispositivo biologico ha garantito la procreazione degli esseri umani. Pur vivendo grandi trasformazioni in relazione agli specifici ruoli assolti nel corso dei sistemi civili, ha mantenuto la propria centralità sino all'avvento della biogenetica e più in generale di tecnologie in grado di creare la vita artificialmente, senza gli ingredienti "naturali" forniti dalla coppia intorno alla quale si è da sempre costituito il nucleo familiare e anche semplicemente la riproduzione umana.

C'è un verbo assai spesso usato nell'ambito degli studi sulla comunicazione: "familiarizzare". Familiarizzare con un genere o un mezzo espressivo, con un prodotto o un personaggio. Familiarizzare con qualcosa o qualcuno che varca la nostra porta di casa e con cui siamo invitati a condividere chi e quanto più ci tocca dall'interno dei nostri affetti parentali, quelli che ci hanno generato e che generiamo. Istanti quotidiani che durano generazioni e generazioni. Legami di sangue, dunque. Ed è proprio qui – in questo esplicito modo di dire lo spirito di cui vive la famiglia – che la dimensione amorosa delle parole sino a ora evocate si turba. Legami di sangue e comunicazione; comunicazione e legami di sangue.

La comunicazione (in tutte le sue destinazioni, anche quella commerciale della pubblicità) ha da sempre lavorato ai nostri fianchi per farci familiarizzare con le persone e gli oggetti. Sempre si è fatta mormorio familiare. Ma se ritorniamo alle immagini – quadri, fotografie, film, televisione, ma anche romanzi, fotoromanzi, fumetti – spesso sentiamo emergere da loro il silenzioso mistero dei rebus. In particolare quando le loro forme di rappresentazione si liberano non solo dagli stereotipi primitivi e tradizionali

ma anche dai rigidi cerimoniali dell'aristocrazia e dalle autoritarie icone dell'alta borghesia. Già nell'Ottocento la famiglia, grazie a tecniche di riproduzione più rapide e meno costose, comincia a essere classificata attraverso raffigurazioni che si diversificano per ceto. Ma è con il Novecento che da un lato il mondo dell'arte penetra nei contenuti familiari con un'indiscrezione che ne turba e sconvolge la dignità storica e sociale, mentre, dall'altro lato, i media serializzano le positure di ogni ordine familiare, mappando tutti gli stili di vita di cui si compongono le masse di pubblico. Proprio quando, negli anni Cinquanta e Sessanta, la famiglia italiana emerge dallo sviluppo del neocapitalismo della ricostruzione post-bellica e tende a far mostra di sé come gli interni di un salotto lindo e pinto; come la "casa di bambole" di un frigorifero aperto, lucido, promettente, proprio allora le immagini che la divulgano sembrano insidiare lo sguardo con altre immaginazioni. Uno sguardo perturbato che troviamo anche in quelle celebri sequenze di Alfred Hitchcock, in cui la più assoluta normalità si congela sui bordi dell'orrore, l'amore di coppia si confonde con il delitto, la casa con un teatro della crudeltà. E ancora prima, del resto, nulla di rassicurante promettevano i bambini delle pubblicità del primo Novecento, tanto paffuti da beffarsi della fame, ma non certo degli incubi notturni, non certo delle streghe dell'immaginario: occhi e bocche che si aprivano ancora su favole antiche in cui l'iniziazione alla vita, accanto a dolci, feste e principi o principesse, richiedeva avventure nel bosco, genitori ingrati, distratti o inermi, orchi stupratori e megere divoratrici di carne giovane e casta. Legami di sangue, appunto.

Nel lungo corso dei media generalisti, la famiglia è stata tra le sfere di vita che più hanno avuto esperienza di quella progressiva estensione della realtà socialmente percepita. Realtà che, secondo un autorevole filone di studi mediologici e sociologici, consiste nella capacità dei linguaggi televisivi di mettere in luce quanto prima era al

buio, mettere in scena ciò che in regimi sociali precedenti era confinato nel retroscena (Giddens 1990; Meyrowitz 1985). Su questo forte, anzi strutturale, legame tra media generalisti e famiglia (all'opera sin dalle origini della grande stampa quotidiana e poi delle soap opera radiofoniche) sembra più che legittimo concentrare – sulla forza di questo nesso generale, costitutivo, e sull'evidenza della sua storia – anche i rapporti tra famiglia e società. A maggior ragione legittimo se, pensando all'immagine di famiglia che recentemente viene fornita dai media come teatro di violenze sanguinose, di paurosi vortici della ragione e del sentimento, volessimo interrogarci su cosa vi sia di tragicamente spezzato o rimosso tra quest'orrore assoluto e la programmatica innocenza con cui è stata dipinta la famiglia consumatrice.

Le domande da porsi, troppo spesso eluse, sono allora queste. Possiamo prendere in considerazione il rapporto tra famiglia e media come aree nettamente distinte e dunque ragionare solo sui modi in cui la famiglia si sarebbe servita dei media (il promettente lavoro compiuto dalle ricerche etnografiche) o in cui questi, a loro volta servendosi della famiglia, l'avrebbero rappresentata e vissuta, o infine come famiglia e media siano tra loro entrati in conflitto spingendo le istituzioni storiche a cui la famiglia è connessa (religione, Stato e scuola) a imputare ai media (come il "tutto" che lega industria, mercato e consumi) gli effetti negativi di una strategia "esterna" alla società civile? E nel caso che si voglia rispondere affermativamente a quest'ultima domanda – di fatto finendo per condividerne la distinzione puramente funzionalista e deterministica – si può davvero arrivare a ragionare sulle comunicazioni di massa nei termini di una vera e propria azione disgregatrice dei fondamenti e valori della famiglia a opera di bisogni e interessi a essa interamente opposti? E, sempre volendo perseverare nello stesso schematismo, si può arrivare a ritenere che l'istituzione della famiglia abbia potuto davvero convivere con le suadenti

immagini dei prodotti di *fiction* e con i beni di consumo a lei indirizzati senza essersi già trasformata a sua volta – profondamente e irreversibilmente – dal proprio interno? Forse è invece il caso di pensare ai rapporti tra media e famiglia con più attenzione e profondità, non considerandole l'una ai confini dell'altra, ma cercando di verificare quanto e come l'una sia compenetrata nell'altra. Ma allora la messa in forma della famiglia deve essere collegata ai requisiti più tipici ed estremi dell'artificializzazione dell'esperienza. Ecco un risvolto inatteso per chi si ostina a pensare la famiglia come un luogo votato a preservare la propria natura, la propria autenticità, e a difendersi dalle insidie del mutamento: la famiglia, penetrando nei tempi e negli spazi della socializzazione industriale e mediale, *resta* e anzi si rafforza come istituzione, ma entra anche in una dinamica sempre più accesa di falsificazioni. In questo oltrepassamento della natura, del suo ordine divino, i miti indicano la trasgressione che dà origine alla famiglia e poi alla società. Per questo la famiglia abita nelle zone ancestrali dello spirito religioso e dei tabù. Appartiene cioè alla sfera culturale in cui l'uomo rielabora miticamente i propri conflitti con il mondo, negozia il valore simbolico delle cose, ridefinisce i confini tra il bene e il male, tra natura e artificio, tra il sacro e il profano. La modernità, rivelandoci sempre più il compiersi dello spazio familiare nello spazio mediatico, ci mostra i modi in cui la famiglia – luogo insieme di trasgressione e consacrazione – ha potuto sopravvivere non solo come dispositivo civile ma anche come universo simbolico, resistendo alla forza dissacrante della vita contemporanea.

Sappiamo bene quanto siano stati forti ed espliciti gli stimoli dei media, dalla letteratura allo spettacolo (e quanto si siano mantenuti cauti e velati nella pubblicità), per un progressivo tradimento dell'unità familiare. Pur dopo una lunga fase di rafforzamento della vita familiare a opera della sua socializzazione e commercializzazione di mas-

sa, essa ha dovuto cedere ai turbamenti di una civiltà dei consumi che non le si rivolge come sistema compatto di valori ma come insieme di aspettative, apertura alla novità. I consumi hanno operato in modo tanto più corrosivo quanto più indiretto, incitando a comportamenti, scelte e valori assai poco compatibili con quelli che fanno da pilastro della famiglia tradizionale, anche nelle sue più recenti evoluzioni o regressioni. I più credono di potere sostenere che questa linea di cedimento costituisca o un'opportunistica concessione al lassismo morale dei consumi o un'oggettiva risposta del sistema famiglia alla crisi dei valori tradizionali, così da potere ridefinire il proprio ruolo nel quadro più generale di disgregazione dei vincoli sociali e di degenerazione delle identità forti (sesso, età, ceto).

Ma si può pensare a una terza interpretazione, ancora più radicale della precedente: il venire meno della consensualità affettiva – tra marito e moglie, padri e figli, anziani e giovani – potrebbe essere una mossa automatica, tesa comunque non a esasperare ma anzi a metabolizzare, e quindi contenere, il tradimento della famiglia che è all'origine stessa della svolta moderna. Un tradimento già manifesto in modo ben più violento e decisivo nella nostra genesi di soggetti moderni. Ciò che accadde allora, nell'avvento del mondo metropolitano, riguarda infatti l'opposizione tra istituzione e immaginazione che il matrimonio fu costretto ad affrontare quando entrò in un'esperienza della famiglia caratterizzata dalla qualità collettiva dei processi di socializzazione. Di fronte a processi di deterritorializzazione operati con tanta forza sulla natura sino ad allora così situata e localistica della famiglia, mai tale istituto, senza un altrettanto forte e netto salto di immaginazione, avrebbe potuto sopravvivere, mai avrebbe potuto regolare e anzi sfruttare in direzione normativa il proprio spaesamento, mai avrebbe potuto tornare a controllare e regolare i conflitti tra la sfera istintuale dei desideri e quella normativa delle relazioni sociali. La famiglia moderna come noi ancora la percepiamo è radicata non sul tessuto della coesione sociale, sul-

la sua pienezza, ma su una frattura, un vuoto, un'assenza. Affida il sentimento di sé alla lunga "pratica" di narrazioni, finzioni, simulazioni che hanno operato e operano per sottrarre la famiglia alla sola cornice normativa degli ordinamenti sociali. La famiglia metropolitana (dunque già pubblicitaria, già televisiva) si edificò su una doppia negazione, una doppia deviazione. Primo movimento: negazione della felicità "politica" della famiglia deviando il soggetto *altrove*, cioè in territori immaginari in cui s'infrange e spezza tutto ciò che in essa ha invece la funzione di legare l'un l'altro socialmente. Secondo movimento: negazione dell'infelicità esperienziale dovuta all'assenza di famiglia, alla sua dissipazione, stimolando l'immaginazione del soggetto a deviare nuovamente sulle garanzie contrattuali che istituzioni e religioni le assegnano. Divaricazioni di senso senza le quali per i moderni sarebbe stato impossibile salvare, affermare e vivere la famiglia.

Nella famiglia l'individuo celebra la più intensa forma dei legami tra il sé e l'altro. La famiglia fa da base e icona allo spirito della comunità. Per spiegarsi i legami comunitari, la cultura moderna ha elaborato due interpretazioni: l'idea che la ricchezza delle comunità si fondi sulla loro effettiva possibilità di esistere e, al contrario, l'idea che esse si fondino sulla loro impossibilità, sulla loro assenza, e dunque si affidino piuttosto all'inesausta narrazione e drammatizzazione simbolica della distanza, del vuoto tra il sé e l'altro da sé. La comunicazione ha lavorato "tenendo insieme" entrambe le interpretazioni. La paradossalità di questo doppio livello del vissuto pubblicitario – livello sociale e livello asociale di una stessa immaginazione ormai di fatto inconciliata e inconciliabile con una sola immagine di famiglia – è appunto il segno più evidente, la dimostrazione più netta della particolare ambiguità che ogni discorso della e sulla famiglia ha assunto a partire dalla sua modernizzazione e socializzazione. Proprio a partire dal momento in cui essa si è tradotta e tradita nella cornice dell'esperienza rigenerativa della metropoli. Proprio quando i processi di mondanizzazione sono en-

trati nella loro sostanza più autenticamente contraddittoria: massimamente utopica e insieme ormai definitivamente priva di ogni spazio, seppure minimo, od orizzonte per esperienze umane senza artificio. Senza tecnologia. Senza mercato. Così il messaggio pubblicitario si è fatto luogo di incrocio tra due immagini della famiglia, reciprocamente fondate sul desiderio e sulla negazione.

Disponiamo di evidenti tracce di questo necessario scambio tra presenza e assenza che l'individuo ebbe il bisogno di mettere in atto per adattarsi ai legami della famiglia e della comunità. Bisogno di non avere una sola appartenenza sociale e comunque di praticare in essa un "intervallo" rigeneratore, di "intrattenersi" altrove (così vanno lette le ore quotidiane che la famiglia dedica allo spazio-tempo della TV). Dell'ormai piena consapevolezza della necessità di queste zone apparentemente vuote già parlava uno splendido racconto di Nathaniel Hawthorne pubblicato nel 1837 e intitolato *Wakefield*. Siamo nei primi decenni dell'Ottocento. In una grande metropoli, di quelle in cui ci si può perdere e "fingere". Quel giorno, un "uomo qualunque" uscì di casa, salutando la cara moglie con un amabile sorriso. Senza nulla avere detto o fatto, scomparve dal confortante suo nido familiare per ben vent'anni. Non fu per un lungo viaggio, ma solo per abitare "al di là della finestra" di casa sua. Oltre la soglia. Un giorno, esattamente con la stessa naturalezza con cui era scomparso, rientrò nella propria dimora, sorrise di nuovo alla moglie e tornò a vivere con lei giorno dopo giorno sino alla morte. Per reggere la normalità della famiglia (i modi in cui essa si fa compatibile con l'ordine sociale) Wakefield aveva avuto bisogno di negarla, aveva dovuto varcare – al fine di riuscire finalmente a condividerli e sommergere il proprio ancestrale desiderio di nomadismo – la soglia del tradimento e della trasgressione. Non sul piano delle leggi ma sul piano di un'esperienza laterale, simbolica. Per il signor Wakefield fu possibile solo immergendosi nella vita metropolitana; per noi solo nella vita tele-visiva.

Fotografia
Giovanni Fiorentino

La fotografia è dispositivo che espone il mondo, relazione con l'arte e l'altro, allo stesso tempo "medium bizzarro" (Barthes 1980) e "oggetto antropologicamente nuovo" (Calvino 1984). Storicamente scavalcata nell'ambito della ricerca sui consumi culturali da mezzi di comunicazione di massa più energicamente collettivi e visibili (il cinema prima e la televisione poi) la fotografia entra comunque e continuamente nel flusso della vita come una sovrapproduzione densa di senso, stabilendo innumerevoli punti di contatto con i mondi del presente. Difatti si insedia nei luoghi della tradizione, in forma di archivio del tempo che passa, o nei luoghi della vita vissuta, nel rumore della massa. La fotografia è luogo dei confini, coincidenza di opposti, è visibilità che condiziona il reale e realtà estranea in gran parte al riconoscimento della ricerca scientifica, alla cultura istituzionalmente dominante e fondata sui saperi testuali. L'incontrollabilità fotografica gioca tra l'uno e l'infinito, il limite e l'illimitato, l'irriproducibile naturalmente e il riproducibile artificialmente, tra l'istante irripetibile della vita e il frammento visivo che si ripete potenzialmente all'infinito. Allo stesso tempo prodotto individuale e seriale, oggetto industriale e oggetto d'affezione, forma di comunicazione visiva infinitamente fruibile, destinata alle masse e a ogni singolo individuo. È la fotografia di una fruizione di massa – più che di una produzione autoriale e auratica – straordinariamente ordinaria, di uno sguardo quotidiano, distratto, sciatto, di un consumo immateriale e interstiziale dello sguardo difficilmente quantificabile che è semplicemente incontro con la protesi oculare artificiale, ma anche con libri e giornali, memorie familiari, album, adesivi, etichette, confezioni e prodotti commerciali, cartelloni pubblicitari, manifesti,

cartoline, t-shirt, copertine, figurine, calendari, puzzle, orologi, tessere telefoniche che si insinuano praticamente ovunque, in una dimensione postindustriale che vive del frammento visivo.

La fotografia è prima di tutto un'idea, il desiderio del fantasma, che precede la data fatidica e ufficiale del 1839, per vivere una gestazione durata a lungo nel tempo. È poi nella metropoli industriale che si diffonde, piattaforma essenziale dello sviluppo della comunicazione visiva generalista, che esonera l'artista dalla riproducibilità analogica del reale ed entra, fin dal suo primo annuncio, in relazione con arti, scienze, letteratura, economia e mercato dei consumi. Rapidamente si fa oggetto di riflessioni previsionali che traducono prima del tempo l'essenza della civiltà dell'immagine. A metà dell'Ottocento lo sguardo americano di Oliver Wendell Holmes, in largo anticipo con i tempi, e quasi in contemporanea rispetto alla lettura metropolitana di Charles Baudelaire, constata come la fotografia tras-formi luoghi, cose e persone in immagine. La superficie ha vita autonoma, eterna e la fotografia apre un tempo in cui l'immagine diventa essenziale più delle cose stesse. "D'ora innanzi la forma divorzia dalla materia. Difatti la materia come oggetto visibile non servirà più, tranne in quanto stampo sul quale la forma viene modellata" (Holmes 1859). L'immagine è autosufficiente, grandezza e singolarità della realtà si dissolvono di fronte ai poteri del simulacro. Il mondo si libera della materia, statica e costosa, per vivere di forma, economica e trasportabile. "L'immagine resta, – scrive ancora Holmes – l'originale svanisce". La prima riflessione sul medium fotografia ci trasferisce direttamente in esiti postmoderni; siamo all'epoca delle immagini del mondo di Heidegger, allo schermo pseudoambiente di Lippman, alla dissoluzione della realtà di Boorstin, alla realtà dei simulacri di Baudrillard, all'estetica della sparizione di Virilio, alla distruzione dell'esperienza e alla scomparsa del reale. Con Holmes si transita

dal materiale all'immateriale, nella progressiva cultura dell'artificio e della smaterializzazione. Sancito "il divorzio della forma dalla materia", la separazione tra soggetto e territorio reale, la scissione tra mente e apparenza delle cose, lo scrittore americano ci proietta in realtà del tardo Novecento, alle radici del mito e al futuro delle immagini sintetiche.

Veicolazione eternamente pubblicitaria, certificazione di realtà e autorizzazione al sogno, informazione, selezione, inclusione ed esclusione, voyeurismo sfrenato, denuncia sociale, compiacimento dello sguardo e sue rivelazioni, documento e perversione, mistificazione e identità, la fotografia attraversa il Novecento stabilendo un dialogo con i mezzi di comunicazione generalisti, pur essendo mezzo dirompente nell'utilizzo delle avanguardie artistiche, oggetto della sperimentazione più avanzata in mano a dadaisti, futuristi e surrealisti. Il dialogo con giornali, cinema, televisione, la sua vita pubblicitaria, più in generale all'interno del mercato dei consumi di massa, sono parte dello statuto fluttuante dell'immagine fissa che si ridefinisce secondo il formato, il supporto e, di più, il contesto di esposizione, alla maniera dei *ready-made* duchampiani, peraltro intensamente condizionati da un'ideologia fotografica. La fotografia assume nuova vita, circola autonomamente nelle reti telematiche, dando spazio a un consumo produttivo dello sguardo, ritorna all'interazione e alla fruizione, a un tempo individuale e collettiva, di Internet rigiocando il suo statuto ambiguo sulla frontiera digitale. Negli anni Trenta, Walter Benjamin disseminerà nei tracciati dei suoi scritti frammenti indiziari intorno alla fotografia. La sua *Piccola storia della fotografia* si attesta tra la riproducibilità tecnica e la definizione di uno spazio che si individua come "inconscio tecnologico". Negli stessi anni l'intreccio tra fonti storiche e analisi sociologiche verranno messi alla prova sul campo da Gisèle Freund (1936) e Robert Taft (1938). Bisogna aspettare gli anni

Sessanta-Settanta per analisi puntuali sul medium fotografico. A partire dalla lettura sociologica storicamente datata di Pierre Bourdieu, si approda da una parte ai saggi di Susan Sontag dove l'onnipresenza fotografica viene delineata come mondo *altro* che fa leva sull'emotività del fruitore, dall'altra alla *Camera chiara*, ultimo e singolare lavoro di Roland Barthes (1980). Il semiologo francese, di fronte alla fotografia, dichiara l'impotenza di qualsiasi lettura strutturata scientificamente, prova a ragionare in chiave di soggettività pura, puntualizzando ancora la centralità del referente, esaltando l'occhio che indugia sul *punctum-particolare* e scopre un nuovo e particolare tipo di conoscenza aperta. L'immagine fissa è predisposta alla rielaborazione dello sguardo individuale, è superficie immateriale che si sgancia da qualsiasi superficie materiale, predisposta al viaggio e all'interazione in rete. Lo sguardo fotografico già assume nuova vita nel nuovo ambiente tecnologico e sociale, si fa sempre più fruizione individuale e interattiva, navigazione pendolare dello sguardo, costruzione e rielaborazione della vista, patrimonio personale e istantaneamente collettivo. E che la fotografia sia patrimonio genetico, sapere e struttura dei nuovi media lo si riscopre nella sua storia. Tornando a Holmes si rintraccia già lo spazio di un consumo produttivo, il piacere di giocare, illimitatamente e interattivamente, con una navigazione virtuale dell'immagine. Archivi sterminati di immagini collegati al computer modificano solo parzialmente le possibilità di produrre e consumare fotografia, la mutazione dell'agire fotografico da meccanico a elettronico, il suo farsi parte integrante dei mondi del video e delle reti informatiche non è il perfezionamento di un linguaggio della cultura di massa industriale, ma una nuova espressione dei bisogni di visibilità e comunicazione individuale della civiltà post-industriale.

Fumetto

Alberto Abruzzese

L'animazione dell'illustrazione genera due linguaggi di grande efficacia per l'industria culturale del Novecento: il fumetto e il cartone animato. Due apparati espressivi che attraverso l'industria avviata da Walt Disney (1901-1966) dominano ancora il presente e anzi annunciano il loro ingresso nella dimensione della grafica computerizzata. Così come il libro ottocentesco, grazie allo sviluppo delle tecniche di riproduzione dell'immagine messe in opera dalla stampa, aveva aperto le sue pagine scritte all'illustrazione e dunque a uno sguardo anfibio tra parola e icona, anche i quotidiani vivono un loro specifico processo di contaminazione della lettura con il fumetto.

Il fumetto si chiama così per sineddoche, figura retorica che indica la definizione del tutto tramite una parte. E infatti "fumetto" è propriamente la nuvoletta di fumo che contiene le parole, il *balloon*. Negli Stati Uniti, invece, il fumetto viene definito *comics* in riferimento al fatto che le prime storie a fumetti sono tutte di contenuto umoristico. Si può dire che i fumetti siano nati da una costola del quotidiano. Sul finire dell'Ottocento i quotidiani avevano tentato di incrementare la tiratura della domenica pubblicando la riproduzione di famose opere d'arte, ma l'iniziativa non aveva dato risultati soddisfacenti. Il primo fumetto, il celebre *Yellow Kid* disegnato da Richard Felton Outcault (1863-1928), nacque nel 1896 come supplemento domenicale del «New York World» di Joseph Pulitzer. E riscosse subito un enorme successo riuscendo ad affermarsi come linguaggio di massa e a intercettare il pubblico dei numerosi lavoratori di recente immigrazione che a malapena intendevano qualche parola d'inglese. Il magnate William Randolph Hearst del «New York Journal» rispose lanciando a sua volta un supplemento domenicale

dedicato ai fumetti, annunciato dalla pubblicità come "otto pagine di splendore policromo al cui confronto l'arcobaleno è un pezzo di piombo". Il fumetto corrisponde a un periodo in cui si va consolidando l'affermazione della civiltà dell'immagine. È il momento in cui, è il caso di dire, la parola si fa immagine e l'immagine prende la parola per soddisfare i bisogni comunicativi di un pubblico eterogeneo e semianalfabeta (Frezza 1978).

Il fumetto si sviluppa particolarmente negli Stati Uniti, dove ne vengono perfezionati il linguaggio e le convenzioni narrative, in un contesto territoriale già scandito dai ritmi che produrranno il linguaggio cinematografico. In Europa, invece, le "nuvolette" che danno voce alle figure disegnate sui fogli a stampa tardano ad affermarsi e per lungo tempo si continuano a mantenere separati testi e immagini, didascalie e vignette. A testimonianza del vantaggio accumulato dall'industria del fumetto americano basti pensare che il primo giornale italiano di fumetti è il «Corriere dei Piccoli» pubblicato nel 1908 come supplemento del «Corriere della Sera», e che per molto tempo i personaggi e le storie che vi sono raccontati sono adattamenti da serie americane.

Il fumetto è un mezzo di comunicazione di massa dotato di una specifica e articolata gamma di possibilità semantiche ed espressive. Si avvale di una forma narrativa compendiaria e sequenziale. Dal linguaggio telegrafico mutua un tipo ellittico di comunicazione per immagini, che utilizza soltanto alcuni elementi essenziali lasciando all'immaginazione del lettore il compito di ricostruire il *continuum* narrativo. È un tipo di testo di facile e di immediata leggibilità, ma tale da sollecitare continuamente la cooperazione e l'intervento del lettore. In virtù di questa caratteristica è stato osservato (Frezza 1995) che il fumetto educa e prepara i lettori alla sintassi percettiva e cognitiva del neonato spettacolo cinematografico (e viceversa).

Il cartone animato è un genere espressivo che si sviluppa all'interno del cinema d'animazione, il quale si distin-

gue dal cinema fotografico “dal vero” in quanto “prescinde sia dalla riproduzione meccanica della realtà fenomenica sia, in casi estremi, dalla stessa macchina da presa” (Rondolino 1974). Rispetto al cinema fotografico – che si avvale di un lavoro di équipe di tipo industriale – quello d’animazione ha una dimensione artigianale, in quanto può essere realizzato anche da un singolo e mediante una strumentazione povera. Legato da un lato al ruolo tradizionale dell’artista, il cartone animato anticipa per altri versi alcuni aspetti della produzione contemporanea della videoarte (Fagone 1990) e della *computer graphics*. Le “pantomime luminose” che Émile Reynaud proietta nel 1892 attraverso un apparecchio denominato teatro ottico costituiscono le prime realizzazioni di cinema d’animazione. Il primo cartone animato vero e proprio è considerato il breve film del francese Émile Cohl *Fantasmagoria*, del 1908. Ma la definitiva consacrazione del cartone animato come spettacolo di largo consumo arriva con la produzione di Walt Disney che coincide con l’avvento del sonoro: *Mickey Mouse* nasce nel 1926 e diventa presto un successo mondiale. Sempre a Walt Disney si deve negli anni Trenta la produzione dei primi lungometraggi a cartoni animati tra cui il celebre *Biancaneve e i sette nani*. Di fatto, in questo periodo il cartone animato gioca un ruolo di primo piano nello spettacolo cinematografico e funziona talora come luogo di elaborazione e di sperimentazione di innovazioni espressive e tecnologiche: basti pensare che *Fantasia* di Disney del 1941 è il primo film con colonna sonora stereofonica.

I disegni animati di Disney esprimono negli anni Trenta una tensione immaginaria verso l’elasticità dinamica e la plasmabilità infinita delle forme, quasi per reazione compensatoria ai caratteri di standardizzazione e di meccanizzazione che in quegli anni vanno consolidandosi nella società americana. Anche la tendenza all’antropomorfizzazione degli animali e all’animizzazione della natura va letta come un indicatore della sensibilità critica che l’in-

dustria culturale elabora e diffonde circa i processi di disumanizzazione che investono le relazioni sociali. Di qui l'impressione di un commentatore di eccezione come Sergej M. Ejzenštejn che sottolinea come nei cartoni animati l'immaginazione sia onnipotente e non abbia confini:

> I film di Disney sono una rivolta contro suddivisioni e legislazioni, contro il ristagno dello spirito e il grigiore. Ma la rivolta ha un carattere lirico. È un sogno a occhi aperti. Senza frutti e senza conseguenze. Non sono quei vagheggi che con l'accumularsi producono azione e alzano una mano perché il sogno divenga realtà. Sono "sogni d'oro" dove vi rifugiate, come altri mondi dove tutto è diverso, dove siete liberi da ogni catena, dove potete girare e fare il pagliaccio (Ejzenštejn 1941).

Futuro
Alberto Abruzzese

L'evento "apparso" a Manhattan l'11 settembre 2001, in una perfetta coincidenza tra realtà televisiva e realtà geopolitica (nonché tra Terra, Libro, Merci e Intelligenza Collettiva, secondo lo schema diacronico e sincronico proposto da Pierre Lévy), si lascia pienamente interpretare come profezia realizzata, come avvento di ciò che già da molto tempo veniva annunciato dall'immaginario collettivo occidentale, in quella lunga serie di film (classico dispositivo delle forme di auto-rappresentazione della società di massa attraverso l'industria culturale) in cui la catastrofe fa da padrona; in cui le contraddizioni moderne sono sovrane; in cui le *rovine* della civiltà sono la sola scena possibile, l'unica realtà oggettivamente condivisa.

Questo netto richiamo al senso dei prodotti dell'industria culturale significa – anche, anzi soprattutto, in direzione retrospettiva – che i vasti territori dell'intrattenimento, dei consumi e delle mode hanno avuto e hanno da dire molto più di quanto dicono gli studi, i metodi e le ricerche che li hanno relegati a un'attenzione di secondo piano e a interdizioni di tipo ideologico, pedagogico o politico.

Ma la scena dell'11 settembre ci dice qualcosa di pertinente alla ricerca di una soggettività che, per quanto appaia in perfetta sintonia con le analisi di Jean Baudrillard sull'implosione moderna delle masse, possa farci presentire una nuova frontiera dell'esperienza e aprirci il varco verso nuove teorie sociali? Per tentare una risposta si deve andare ben oltre una pura e semplice constatazione della natura mediatica dell'evento in questione. Da un certo punto di vista, infatti, va detto che da sempre un grande evento – naturale o artificiale che sia, maremoto o guerra – gode del massimo di attenzioni e strumentalizzazioni eco-

nomiche e politiche. Il senso che dobbiamo cercare dietro le immagini di New York è dunque un altro.

Del resto, va messa alla prova anche l'attribuzione di diversità e alterità che assegniamo a un oggetto, soggetto o fenomeno quando li qualifichiamo con l'aggettivo "nuovo". Nell'usarlo, di fatto non diciamo la nostra aspirazione e attesa per un futuro che non sia in continuità con il presente, ma siamo piuttosto attratti da quelle stesse retoriche del "nuovo" che sono state alla base dei processi di modernizzazione. Restando dentro l'economia politica di questo puro e semplice desiderio di rinascita, non offriamo nessun utile strumento al desiderio di opporci alla modernità, cioè alla volontà di trovare un soggetto, un punto di vista, che non sia già presente in ciò da cui vogliamo fuggire. Dire "nuovo" significa dire "moderno" e quindi rimanda alla sua genesi. Eppure, per dire una diversità che non ricada nei circoli viziosi del discorso post-moderno, mancano le parole. L'aggettivo "nuovo" – per chi ne voglia ammettere l'inattualità – non può che rimandare esattamente a qualità che non riusciamo a esprimere, non possiamo; al "vuoto" che tale impossibilità enuncia.

Anche l'aggettivo "diverso" in quanto estraneo, straniero, è alle origini della metropoli e del capitalismo industriale, del mondo che oggi è entrato nella sua fase critica più acuta, nel suo futuro più incerto. Le retoriche sulla diversità dipendono dai perfezionati dispositivi moderni della dialettica, delle sue forme logiche, estetiche e sociali. Dunque dalle varie dimensioni trascendentali della cultura idealista e materialista che hanno modellato il contenuto etico dell'Occidente. Se la natura del "diverso" viene sottratta a questa tradizione, viene sottratta alla mediazione dialettica e rigettata nella sua irriducibilità, ecco allora che la questione che qui andiamo ponendo può essere affrontata con qualche margine di comprensione che forzi le parole che usiamo in direzione di ciò che nei linguaggi resta vuoto e non pieno. E quella mattina dell'11 settem-

bre ha reso radicalmente visibile appunto l'"inaudito", appunto il vuoto della scena mondiale.

Nulla di nuovo, come si è detto. Già si era visto nei prodotti di consumo in cui passato e futuro si fanno nostalgia e patina del presente (Appadurai 1996). Ma punto di comprensione – istintiva, inconscia, emotiva – di un mondo giunto al culmine della sua rappresentazione collettiva: senza più bordi esterni, satura di sé, in tutto priva di diversità perché precipitata nell'in-differenza di processi di globalizzazione e localizzazione in cui ogni punto di vista non può che passare attraverso l'esperienza dell'altro.

La solidarietà classica – quella volta a legare tra loro soggetti accomunati all'interno di una determinata cornice sociale – si è trasformata in solidarietà che lega e comprime sino a farli esplodere tutti i luoghi, i soggetti e i contenuti del pianeta, ogni loro stato di quiete o alterazione. Il principio regolatore di questo genere di solidarietà è il continuo stato di necessità dovuto alla condizione di perenne emergenza di un mondo in cui il locale non può disgiungersi dal globale e questo a sua volta dal locale. Il territorio "glocal" è di conseguenza il tempo e lo spazio in cui la pace non può non essere simultaneamente anche guerra e la guerra non può non essere simultaneamente anche pace.

John Tomlinson (1999) in un suo saggio sulla globalizzazione cita uno splendido passaggio del primo editoriale di «Wired UK'S», uscito il primo gennaio del 1995:

> È giunto il tempo di guardare al futuro con ottimismo, nella consapevolezza che quest'inevitabile rivoluzione pacifica non costituisce un problema, ma l'opportunità di costruire una civiltà nuova e migliore per noi e per i nostri figli. La nostra prima direttiva ai nostri autori è *stupiteci*. La seconda è: tornate dal futuro e riferite su ciò che si prepara – sul lavoro fuori dei posti di lavoro, sui mercati senza padroni, sull'intrattenimento oltre i mass media, sul senso civico oltre il governo, sulla comunità oltre i vicini, sulla coscienza che abbraccia il pianeta!

In questa citazione c'è tutto: l'esplicita attesa di una frattura radicale tra i vecchi statuti e paradigmi della modernità e al tempo stesso la loro conferma, il loro rilancio. C'è tutto ciò che riguarda la crisi del fordismo e delle sue forme di lavoro produttivo, quindi anche dei soggetti sociali che lo hanno incarnato. C'è il salto di qualità tra l'ordine imposto alle classi e alle masse della civiltà industriale e il dis-ordine in cui vanno emergendo le moltitudini che la crisi del lavoro sociale sta per così dire liberando dai loro storici legami identitari e gettando nella singolarità antropologica della persona, dei singoli corpi, nella loro nuda vita (Virno 2002). Questo "tutto" si mostra in forma di assoluta certezza nelle magnifiche sorti annunciate dalla rivoluzione digitale dei mezzi della modernità. Ma non rivoluzione dei suoi contenuti, cosicché la soggettività che dovrebbe incarnarsi nelle strategie di questo processo innovativo viene strappata alla stessa tradizione moderna e "gettata" a riempire così com'è le cornici del "nuovo".

Il riferimento squisitamente anglosassone alla continuità familiare, l'allusione al futuro dei nostri figli, l'etica neocapitalista che vi si esprime sono il tentativo ambiguo e per ciò stesso rivelatore di una volontà di giustificazione e legittimazione dello sviluppo come legge, destino. Come natura. Nell'immagine di una filiazione sempre di nuovo rigenerata, prevale il concetto di continuità che domina in ogni più piccolo e più grande dispositivo moderno: la riduzione dell'avvenire a un semplice dispositivo di base, a una ciclicità biologica che garantisce l'affidamento della propria persona sempre allo stesso soggetto storico, allo stesso contratto sociale. Questo motore organico resta quindi a fare da contenuto delle rivoluzioni in atto, a esserne la volontà di potenza o il desiderio, pur adattandosi e intrecciandosi sempre più con una terminologia assai più affine alla sensorialità del consumismo contemporaneo piuttosto che alle rigide strutture della produzione e della riproduzione sociale.

Ma, riprendendo la citazione da «Wired», si deve pur rimarcare quanto appaia ormai disarmata e disarmante la

presunzione degli “ottimisti” dell’Occidente, quanto sinistra la favola felice a cui essi restano avvinti alla presupposta ingenuità e all’indubbia affettività di chi ha la certezza di avere in pugno ogni ragione di stupore e meraviglia. Nell’imperativo “stupiteci” viene esaltato il linguaggio più naturale alle culture imperialiste, colonialiste: stupore è quello che si manifesta nello sguardo di chi viene invaso da una forza superiore; fantasmagorie e stupore sono i mezzi con cui i conquistatori ammantano – di immagini, oggetti e costumi – le terre invase. In quella terribile mattina dell’11 settembre, l’imperativo “stupiteci” è stato raccolto da “altri”, da altre “famiglie”, da altre “terre”. Senza, tuttavia, che l’evento in sé potesse disincagliare dalla natura più intima dell’Occidente la sua forza materiale e spirituale, le sue motivazioni e le sue promesse.

Il crollo delle Due Torri ha simbolizzato anche il crollo delle economie mondiali e il messaggio di «Wired» è stato anche il programma comunicativo intuito, ma sistematicamente realizzato dai media della *old society* per propagandare le grandi innovazioni della *new economy*. Per creare consenso sulle loro promesse di ricchezza, piuttosto che per riconoscere l’imponente riunificazione che tali innovazioni stanno intraprendendo tra corpo e mente, antropologia e informazione, biologia e potere. I sistemi sociali dispongono di un fitto tessuto di meccanismi remoti che rendono in gran parte automatiche le operazioni di metabolizzazione del mutamento. La potenza delle tecnologie viene allora sbandierata come continuità – come proiezione – della ricchezza occidentale e del benessere personale di chi ne gode gli effetti. Ma, al contempo, questa stessa crescita tecnologica, data la carica trasformativa e dunque mortale che manifesta, viene anche percepita come rischio di infelicità e dolore, perdita di privilegio, guardata quindi con sospetto, messa a distanza. Viene allora “criticata” – con gli strumenti della fiction, con le seduzioni della narrazione – e cioè scissa in parti contrapposte, in azioni e attori diversi, così da far credere possibile una

giusta separazione del bene dal male, del passato dal futuro, della Storia dalla sua Fine. Del Soggetto dalla sua Potenza. Così la critica della tecnologia funziona come rassicurazione necessaria a bilanciare la paura determinata dal privilegio della civiltà (sempre più privata del senso della morte e insieme immersa nella sua presenza o tutta fisica o tutta immaginaria). Essa si oppone a qualsiasi decomposizione del tessuto sociale che possa minacciarne la vita, svuota la tecnologia del suo reale contenuto, pretende di renderla immune.

Proprio a commento delle nuove possibilità concesse dai linguaggi virtuali, Elemire Zolla evocò la credenza orientale del "libero in vita", cioè, detto con i termini e le figure del cinema horror, del "morto vivente". Un ossimoro. Una poderosa affermazione e insieme negazione di differenza (come identificare in una sola persona l'immagine dell'angelo e quella del diavolo – appunto Bin Laden o Bush). Il "libero in vita" è colui che, nel pensiero originario non-occidentale, riesce a guadagnare il senso della morte, a morire in vita, cioè a liberarsi dai vincoli della vita pur continuando ad appartenervi, a essere presente. Questa figura né cristiana né occidentale diventa, nel sentimento che l'Occidente ha di sé, colui che invece sceglie la sorte di "libero in morte" (il ritratto di Dorian Gray ne costituisce a suo modo l'icona originaria di una radicale divisione tra anima e corpo, tra il soggetto e la sua immagine).

Le immagini di New York da cui siamo partiti dicono tutto questo, al massimo della loro capacità di persuasivo anatema. Questa dialettica tra persuasione e paura risuona facilmente in un contesto tradizionalista come quello italiano, per sua natura tendente all'inquietudine piuttosto che all'ottimismo nei confronti dei processi di modernizzazione e in particolare di quei processi che si presentano nella forma di una netta disgiunzione tra passato e futuro, più insidiosi per rendite di posizione storicamente acquisite, siano esse economiche, politiche o culturali.

Genere
Isabella Pezzini

Nell'ambito delle scienze umane si è venuta affermando una vera e propria "teoria del genere", che mette in discussione la radice biologica del concetto con il quale si indica la presenza sessuata degli esseri umani e mette in evidenza come esso sia il prodotto di una costruzione sociale, ivi compresa la "naturalità" che gli viene attribuita. Dunque, come affermava Simone de Beauvoir (1908-1986) nel suo celebre saggio *Il secondo sesso* (1949), "donne non si nasce, si diventa": gli studi sul genere costituiscono una specificazione e una fase ulteriore dei grandi movimenti femministi. La stessa scelta di utilizzare questo termine anziché quello più tradizionale di "sesso" è l'indice di un approccio maggiormente analitico e relazionale alle questioni della creazione sociale di differenze (Piccone-Stella, Saraceno, a cura, 1996).

In campo linguistico si è da tempo osservato come nelle lingue, anch'esse dette a torto "naturali", non vi sia coincidenza fra il genere grammaticale (la classificazione dei nomi in base alla morfologia linguistica) e il genere naturale o biologico (la classificazione degli esseri a cui i nomi si riferiscono in base alla morfologia anatomica):

> le categorie di genere in una lingua sono risorse sociali piuttosto che strutture grammaticali fisse. (...) Le informazioni sul genere sociale si rilevano meglio non nel sistema linguistico considerato in astratto, ma dal modo in cui tale sistema viene utilizzato nella pratica (Bucholtz 2001).

Anche se è al contempo vero che è possibile leggere le contingenze arbitrarie del sistema linguistico per le cariche di significato che possono assumere, contribuendo a dar forma alla nostra esperienza e a determinare l'inter-

pretazione del mondo (Violi 1986). Per un certo periodo ha avuto fortuna, in sociolinguistica, l'idea dell'esistenza di una varietà linguistica marcata dal genere, e in particolare l'esistenza di una "lingua delle donne", riscontrabile all'interno di diverse comunità, idea oggi viceversa molto discussa, dato che la varietà sembrerebbe in realtà consistere in differenze strutturali relativamente secondarie. Si è perciò allargato il campo di studio anche alle modalità di racconto e di conversazione, alle forme di cortesia, di aggettivazione, di correttezza nell'uso del linguaggio. Un'altra critica ai primi studi sociolinguistici sul genere riguarda il fatto che essi tenderebbero a trascurare, privilegiando il genere biologico di appartenenza e un'identità prediscorsiva, le differenze culturali di etnia, religione, status socioculturale. Si rivela invece vieppiù interessante lo studio delle pratiche linguistiche effettive, perché esponenti di entrambi i sessi possono in determinate circostanze servirsi delle forme ideologiche implicite nel genere per dar luogo a costruzioni identitarie particolari, anche fortemente trasgressive, o come forma di critica al sistema dominante. Nella stessa direzione vanno gli studi sul modello delle cosiddette "comunità di pratiche", formate da individui temporaneamente uniti insieme in base all'impegno che condividono in una particolare attività, ma in grado di cambiare identità in ogni istante.

Molti studi di teoria del genere si sviluppano nell'alveo della critica femminista, del cui versante soprattutto anglosassone fornisce una prima organica recensione il libro di Jonathan Culler *On Deconstruction* (1982). In ambito letterario o cinematografico (che più tardi sarà esteso alla fruizione televisiva dagli studi di matrice culturale) si sottolinea la continuità fra l'esperienza di essere donna e l'esperienza di fruitrice donna. Punto di riferimento importante diviene la riflessione di Virginia Woolf sulla differenza dei punti di vista così come dei principi, nell'attività della scrittura e della lettura. Si sottolinea come la lettura dei grandi romanzi di formazione – come *Jane Eyre*

di Jane Austen – fatta da una donna non possa che focalizzare e mettere in luce diversamente i temi e i dilemmi che vi sono trattati; si esplorano i luoghi comuni letterari, come quello americano classico per cui "la frontiera non è posto da donna", rovesciandolo invece nell'idea che la sua stessa formulazione esprima il tentativo maschile di fare della frontiera un luogo d'evasione da tutto ciò che le donne rappresentano per l'uomo. La prima operazione praticata dalla critica femminista si gioca dunque nel tentativo di smascherare il punto di vista maschile attraverso un punto di vista femminile, e si focalizza sulla donna come tema nelle opere letterarie: *Sexual Politics* di Kate Millet (1970) analizza le fantasie o ideologie sessuali di Lawrence, Miller, Mailer e Genet, denunciando il nesso che se ne può evincere fra sesso e potere.

Una critica femminista deve affrontare il problema delle donne in quanto consumatrici della letteratura prodotta dagli uomini: le donne possono leggere, e hanno letto, da uomini. Ci si chiede, infatti, se sia sufficiente essere una donna per parlare da donna, se il "parlare da donna" sia determinato da qualche condizione di ordine biologico oppure da una posizione strategica, teorica, che dipende sia dall'anatomia sia dalla cultura. Il nesso con l'esperienza, come nelle tematiche antropologiche e sociolinguistiche ricordate in precedenza, diventa l'elemento forte di quella che potrebbe rivelarsi una pura posizione concettuale. La "differenza" che si persegue come obiettivo qualificante viene prodotta resistendo e dissentendo, ad esempio, da una lettura intesa come pratica colta che porta ad assumere il punto di vista maschile, e addirittura a identificarsi con personaggi tipicamente maschili, ad assumerne l'ideologia che spesso vede nella donna un ostacolo alla libertà. Di qui il tentativo militante di non cooperare all'operazione per cui tendenzialmente le donne vengono costruite come capri espiatori per i problemi che affliggono l'umanità.

Mary Ellmann, in *Thinking about Women* (1968) denuncia la critica fallocentrica con la sua analisi delle *mi-*

sletture (letture fallaci o almeno tendenziose, dall'inglese *misreading*) maschili: si tratta anche di proporre "letture convincenti" oltre che radicate nell'esperienza femminile, in grado di evidenziare aspetti dei classici che la critica tradizionale, per i propri pregiudizi maschilisti, non era riuscita a vedere: se gli uomini hanno omologato l'opposizione uomo/donna con razionale/emotivo, serio/frivolo o riflessivo/spontaneo, la critica femminista di questa fase opera per mostrarsi più razionale, seria e riflessiva delle letture maschili che omettono o che distorcono.

C'è poi un momento ulteriore in cui la teoria femminista, invece di contestare l'associazione tra maschile e razionale, investe il modo in cui le stesse nozioni del razionale sono connesse agli interessi del maschio o ne sono complici. Esemplare è in questo senso *Speculum* di Luce Irigaray (1974), che rilegge il mito della caverna di Platone come luogo di nascita della dicotomia tra un utero materno e un logos paterno e divino che finisce per relegare il femminino in una posizione di subordinazione e per ridurre l'alterità della donna a una relazione speculare: la donna o viene ignorata o viene considerata l'opposto dell'uomo. Altre teoriche mettono in evidenza il nesso tra patriarcato e privilegio accordato al razionale, all'astratto, all'intellettuale, sancito ad esempio dal saggio di Freud *L'uomo Mosè e la religione monoteistica* (1934-38), dove si afferma l'importanza concettuale della paternità per quanto – o proprio perché – essa non sia, diversamente dalla maternità, immediatamente evidente ai sensi, contribuendo in modo determinante ad affermare la priorità dell'intelligibile rispetto al sensibile. Di qui la rilettura della storia della cultura come tentativo di privilegiare gli aspetti simbolici sugli altri. Le conseguenze sulle istituzioni della critica, nella cultura patriarcale, sono ad esempio una concezione del ruolo dell'autore come quello di un padre, che si assume le funzioni materne reputate valide; una sopravvalutazione degli autori fortemente paternalistici; una forte attenzione allo stabilire i significati legittimi distinguendoli da quelli illegittimi, che

si inscrive sullo sfondo della preoccupazione di individuare significati di effettiva appartenenza all'autore, controllando il rapporto con i testi come se fossero rapporti di filiazione:

> "Il fallologocentrismo riunisce in sé l'interesse per l'autorità patriarcale, l'unità del significato e la certezza dell'origine". Dunque la critica femminista si pone l'obiettivo di esplorare le alternative possibili: "Per una donna leggere da donna non significa ripetere un'identità o un'esperienza già data ma giocare un ruolo che lei stessa costruisce facendo riferimento alla propria identità di donna, che a sua volta è qualcosa di costruito di modo che la serie può continuare: una donna che legge come una donna che legge come una donna" (Culler 1982).

Con il post-strutturalismo si afferma dunque un nuovo modo di lavorare con i concetti di *cultura*, *identità* e *genere*, nel tentativo di privilegiarne la dimensione sociale e politica. Le identità sono intese come luoghi semiotici di identificazione, offerte dai testi e dalle proposte di posizionamento che essi offrono. La differenza (di genere come di classe o di età) è dunque inscritta all'interno dell'identità, in quanto produzione di significati e di valorizzazioni che si specificano attraversando le pratiche vestimentarie, gastronomiche, musicali, cinematografiche, mediali, tramite le quali una cultura si definisce. La soggettività è allora definibile come quella specificazione dell'identità legata alla percezione e al senso di sé (De Maria 2000). Nella cultura occcidentale, il soggetto, in apparenza neutro e universale, è in realtà maschile, in particolare nel campo della conoscenza.

Con il concetto di *gender* si cerca insomma di circoscrivere la costruzione sociale delle categorie del femminile e del maschile, definendo i significati della differenza sessuale. Nelle strategie di ricerca ci si rivolge, con particolare interesse, al tentativo di comprendere come la differenza sessuale possa manifestarsi attraverso i simbolismi legati al corpo: l'organizzazione del senso inizia a configurarsi non più come un fatto assolutamente arbitrario, ma che rinvia anche alla nostra esperienza corporea.

Gioco
Lucio Saviani

> La cultura sorge in forma ludica, la cultura è dapprima giocata… Ciò non significa che il gioco muta o si converte in cultura, ma piuttosto che la cultura, nelle sue fasi originarie, porta il carattere di un gioco, viene rappresentata in forme e stati d'animo ludici (Huizinga 1952).

Come dire: in principio fu il gioco. In gioco è, anzi, il "problema" dell'inizio. Il *pròblema* è un ostacolo da superare, oltrepassare, attraverso cui procedere. Ma questa parola conserva due significati più antichi: qualcosa che ci si mette davanti per difenderci, come può essere uno scudo, e qualcosa che si getta a un altro perché venga raccolto. In questo senso, sono *problémata* i primi, iniziali quesiti e gli "aurorali" responsi intorno all'origine di tutte le cose. Il problema dell'inizio viene "agitato" come si leva uno scudo, come si getta a terra una maschera o si lancia il guanto di una sfida. Domande e responsi si danno come "saggi" di sfida, come gioco di enigmi: le prime figure di sapienti appaiono come solutori di enigmi. La risposta all'enigma è una soluzione, uno sciogliere improvviso dal vincolo con il quale chi interroga tiene legato a sé. La risposta è un taglio, che apre alla comunicazione dei saperi e al mondo della comunicazione: è il nodo reciso che libera e rilancia.

"L'atteggiamento ludico deve essere stato presente prima ancora che esistesse una cultura umana o una facoltà di linguaggio e di espressione" (ib.). All'inizio fu il gioco. Anche: tutto ha inizio per gioco. Il gioco dà inizio e il-lude di cominciare a giocare; si comincia perché c'è già un gioco da giocare. È come uno spettacolo al quale non si arriva mai in tempo, al levarsi del sipario: in qualsiasi momento si arrivi, la rappresentazione è già cominciata. E con essa anche l'illusione di entrare in

scena: in scena si è già, al gioco partecipiamo, prendiamo parte, ci stiamo. Insomma: "Il gioco è più antico della cultura".

È con queste affermazioni che ha inizio *Homo ludens*, il libro di Johan Huizinga da cui qualsiasi discorso sul gioco non può prescindere. Con le sue prime parole, che suonano come una sentenza paradossale, *Homo ludens* è il libro inaugurale di un'antropologia del gioco in cui, per la prima volta, vengono messi in atto in modo sistematico confronti e rimandi tra diverse attività umane che a prima vista sembrano non avere nulla in comune. Queste attività rivelano, nell'analisi di Huizinga, un "fondamento" comune nel loro carattere ludico, a sua volta individuato come un importante e decisivo fattore di cultura. Un libro, dunque, "fondamentale".

Quello della definizione è il vero problema del gioco, come termine, come concetto, come esperienza e come fenomeno. Questa è la definizione, progressiva, del gioco "messa a fuoco" da Huizinga:

> Ogni gioco è anzitutto e soprattutto un atto libero. Il gioco comandato non è più gioco. (...) Gioco non è la vita "ordinaria" o "vera", è un allontanarsi da quella per entrare in una sfera temporanea di attività con finalità tutta propria, già il bambino sa perfettamente di "fare solo per finta", di "fare solo per scherzo". (...) Il gioco è qualche cosa di disinteressato, è un intermezzo della vita quotidiana, una ricreazione. (...) il gioco si isola dalla vita ordinaria in luogo e durata; (...) il gioco comincia e a un certo momento è finito. (...) Ogni gioco ha le sue regole. (...) Il giocatore che si oppone alle regole o vi si sottrae è un guastafeste. Il guastafeste è tutt'altra cosa che il baro: quest'ultimo finge di giocare il gioco (Huizinga 1952).

Altrettanto fondamentale è il libro di Roger Caillois *I giochi e gli uomini* (1958), per molti versi solidale con *Homo ludens* del quale, tuttavia, contesta alcuni temi riguar-

danti la definizione del gioco. Caillois riprende a grandi linee il lavoro di Huizinga aggiungendo che il gioco è un'attività "incerta: il cui svolgimento non può essere determinato né il risultato acquisito preliminarmente". In più, Caillois sottolinea che la definizione di Huizinga è, al tempo stesso, troppo ampia e troppo limitata. Oltre alle modalità della competizione (*agon*), introdotte da Huizinga, egli aggiunge le vicende dell'azzardo (*alea*), della maschera (*mimicry*) e della vertigine (*ilynx*); su questa quadruplice trama ordisce inoltre i due motivi verticali della spontaneità individuale (*paidia*) e dell'organizzazione istituzionale (*ludus*).

Insomma, caratteristiche chiare, distinte, anche enumerabili. Eppure, ciò cui si assiste, in questi due fondamentali studi, è che il lavoro di "definizione" è faticoso, ha dei cedimenti e, in ultima istanza, fallisce. Proprio perché, fin dall'inizio, il gioco sfugge a qualsiasi intento classificatorio, facendo oscillare i concetti e le opposizioni concettuali (libertà-necessità, utilità-gratuità, lavoro-ozio, realtà-finzione) mediante i quali si vorrebbe com-prenderlo. Il gioco è utile o è gratuito? Entrambi. È libero o vincolante? Di nuovo, entrambi. E, ancora, il gioco ha a che fare con la realtà vera o con una realtà illusoria? È piacevole o turba, piuttosto che distendere? È un'attività umana separata dalle altre, oppure le comprende tutte?

Esorcizzato o "dimenticato" dalla metafisica, il pensiero del gioco innesca la sua carica esplosiva sotto i concetti fondamentali del pensiero filosofico, facendoli vacillare dalle basi, mettendo radicalmente in crisi le tesi del soggetto, della verità, del mondo, dell'apparenza e le classiche opposizioni concettuali di realtà e apparenza, soggetto e oggetto, utilità e gratuità, verità e finzione, senso e non senso, essere e nulla.

Neutralizzato dal discorso metafisico, il gioco trova maggiore ma rara fortuna in alcune zone della riflessione sul mondo dei segni e della comunicazione. Qui il pensiero del gioco perfeziona la sua opera eversiva in un enigma

e una sfida al pensiero. Il gioco irrompe scalzando di continuo ogni lavoro di definizione. È proprio grazie a questa sua potenza destabilizzante che, talvolta, il gioco è stato pensato come chance per un pensiero non metafisico. Eppure, già questa sarebbe una definizione. Il gioco innesca la sua carica esplosiva prima di tutto su se stesso. Il gioco non si può definire. Se ne possono, soltanto, descrivere alcune premesse, alcune conseguenze.

Il prodursi di tracciati interpretativi del concetto di gioco in chiave metafisica trova qui il suo punto d'origine. Nel pensiero di Fink il gioco va soprattutto a insidiare le figure concettuali, sempre problematiche, dell'origine e della fine: inteso come rimemorazione di un'origine perduta e dimenticata il gioco è indicato come una chance decisiva per una filosofia che voglia "riprendersi" dalla metafisica. Il discorso di Fink incrocia, ancora intorno al pensiero del gioco, i temi heideggeriani del *Geviert* e del *Gering* come "gioco dei Quattro" e "gioco di specchi del mondo" e la ripresa nietzscheana del "fanciullo che gioca" di Eraclito. *Il principio di ragione* di Martin Heidegger si chiude con l'apparizione dell'immagine del Gioco così come, parlando del gioco, si chiude *Verità e metodo* di Hans Georg Gadamer. Ancora, nella sua esplicazione ontologica dell'opera d'arte "sul filo conduttore del gioco", Gadamer incontra il discorso heideggeriano sull'opera d'arte come "spazio di gioco del tempo" e "gioco d'insieme" di terra e mondo.

Questo gioco di rimandi si infittisce ulteriormente avvicinando, in diversi punti, l'ermeneutica gadameriana alla pratica liminare della strategia di lettura-scrittura del decostruzionismo di Jacques Derrida (la metafora derridiana della "scacchiera infinita").

La difficoltà che si incontra a pensare, a definire l'aspetto "irreale" del mondo del gioco è originata dalla mancanza di categorie opportune o dal loro vacillare quando esse stesse rivelano la profonda problematicità dei concetti di "reale" e di "irreale", soprattutto quando l'irrealtà è

pensata immediatamente come riflesso di una realtà data come originaria.

Il gioco stesso, nel senso comune, è considerato innanzitutto riflesso della vita ordinaria. Ma il fatto rilevante è che anche nella lunga storia del pensiero metafisico il gioco è stato essenzialmente compreso come semplice riflesso della realtà, un'interpretazione segnata dalla sintassi della metafisica occidentale e che va fatta risalire a un "fatto" originario, a un avvenimento decisivo del pensiero metafisico.

È nel pensiero di Platone che, con la distinzione tra una realtà originaria e una ri-produzione derivata, hanno inizio la diffidenza spesso violenta nei confronti dell'ambigua dimensione del gioco, un'interpretazione del gioco come *mimesis* della vita reale e, proprio attraverso queste, la fondazione della metafisica.

L'avvenimento decisivo, la "decisione storica" che ha segnato fin dall'inizio la metafisica del gioco, ossia del gioco come semplice riflesso, è dunque la critica platonica ai poeti, ma ancor "prima" è il sistema di rimandi, gerarchico e valutativo, tra verità reali e copie riflesse istituito dalla metafisica platonica.

Le conseguenze di questa decisione furono enormi, di una portata, alla lettera, inaudita. Il mondo fu posto come una costruzione razionale, non più un grande gioco senza scopo, non una danza delle cose, un incomprensibile sorgere e tramontare: al pensiero del mondo come governo degli dei si affiancò la visione del mondo come il prodotto di un dio che pensa.

Mimesis è il concetto-chiave che permette di capire il pensiero greco intorno all'arte. I filosofi greci ne hanno dato interpretazioni molto diverse: a ripercorrerle si potrebbe seguire la storia dell'estetica greca. Oggi assistiamo a una banalizzazione del concetto di *mimesis*: quando si parla di imitazione si pensa, per lo più, alla pura ripetizione di qualche cosa data che si tratta semplicemente, appunto, di copiare. Non fu così per i greci, a cominciare da Democrito, il

quale parlò dell'imitazione non in termini di riproduzione della realtà, ma come di un "fare", di un *fare come*.

Gli esempi di Democrito sono decisivi. Egli si riferisce, talvolta, al modo in cui le rondini fanno il nido o a come i castori costruiscono le dighe e le loro case: se l'architetto dovesse imparare a fare una casa, da chi dovrebbe imparare? Che impari dalle rondini e dai castori. E tuttavia l'architetto dovrà imparare, ossia dovrà fare non quello che fa la rondine o il castoro, ma *fare come* fa la rondine, come fa il castoro.

Questo imitare, inteso nel senso di "fare come", mostra che nelle attività dell'uomo esiste una regola interna, il *poiéin*. È un fare governato da una legge, che si manifesta e che dà luogo a determinati risultati. Ma questa regola non va intesa come una tecnica meramente esecutiva e strumentale, piuttosto va pensata come un ritmo, una cadenza interna alla cosa, che si tratta di interpretare, di cogliere. Aristotele arriva addirittura a sostenere che l'imitazione è il "ritmo delle cose", pensa l'imitazione in modo profondamente greco e cioè non come semplice riproduzione della realtà sulla base di una tecnica facilmente dominabile, quanto piuttosto come l'afferramento del ritmo che è interno a una determinata attività. L'imitazione è l'afferramento di quel *poiéin*, di quel modo di fare che richiede anzitutto capacità di ascolto, di percepire ciò che si nasconde nelle cose stesse. Chi sa davvero imitare, secondo Aristotele? I bambini. I bambini imitano proprio perché, quando giocano e apparentemente fanno ciò che fanno gli adulti, in realtà non si limitano a riprodurre delle scene; piuttosto si lasciano ispirare dal ritmo delle cose, colgono quello che è il movimento interno alle cose. I bambini possono giocare alla guerra anche senza averla mai vista, così come possono giocare-a, mettere in scena modi di essere propri degli adulti, anche se di fatto non li vivono; eppure essi riescono a svelare il senso di questi modi "adulti" di essere come se li cogliessero alla ra-

dice, non gli aspetti più estrinseci, ma appunto quel ritmo, che, nel momento in cui è imitato, non dà luogo a una riproduzione, a una ripetizione, ma a una nuova manifestazione della cosa stessa. In altri termini, a un'interpretazione.

Non è un caso che il filosofo che nell'antichità ha pensato maggiormente l'interpretazione in un senso svalutativo, sia Platone, lo stesso che ha inteso il più vasto problema dell'arte in un senso altrettanto fortemente svalutativo. La cosiddetta condanna dell'arte da parte di Platone è strettamente legata alla sua concezione dell'imitazione: se l'imitazione e l'arte allontanano dall'essere perché ne offrono soltanto un'immagine depotenziata, allora l'arte allontana anche dal bene. Quindi l'arte è qualche cosa di cui bisogna avere sospetto, perché, se allontana dall'essere e dal bene, allontana anche dalla verità. L'arte, dunque, inganna. Ha qualcosa del fittizio, dell'ingannevole, del gioco. Ma soprattutto, se ogni immagine riflessa è copia e apparenza derivata, non tutte le immagini sono immagini riflesse. L'immagine riflessa si definisce in rapporto all'originale non tanto nella riproduzione, quanto nella contemporaneità rispetto al modello riprodotto. Esistono tuttavia immagini non contemporanee al proprio modello o, ancora, immagini che possono non avere carattere di copia. Un'immagine può separarsi dall'originale, vivere di vita propria non riflettendo; l'immagine può liberarsi dalla somiglianza con l'originale per parafrasarlo, per interpretarlo.

Ma allora, che tipo di immagine è il gioco? È un'immagine riflessa, una copia – o un'immagine senza rimando a un originale? In questione, qui, è proprio se la *mimesis* sia il tratto fondamentale del gioco. Intanto, è evidente che il gioco non riflette alcuna situazione contemporanea: giocare non è necessariamente accoppiato con un'azione parallela nella sfera della serietà.

Il gioco degli uomini non ritrae, semplicemente; non rispecchia un originale. Proprio perché al fenomeno ludico non è necessario il momento della contemporaneità co-

stitutivo di ogni riflesso, il gioco non si lascia intendere come imitazione. Più che riflettere, il gioco "rappresenta" sempre qualcosa.

Ma in che termini possiamo ancora pensare a una corrispondenza che non sia però un riflesso? Ossia, in che termini pensare il gioco come immagine senza la forzatura polemica di Platone? Come riflettere sul "che cosa" sia un'immagine, sul modo d'essere dell'immagine stessa?

Chi gioca compie un'azione ben riconoscibile nel mondo "reale". Egli stesso mantiene un'identità riconoscibile dai suoi compagni di gioco, anch'essi presenti nella dimensione reale, o dagli eventuali spettatori. Eppure il giocatore, proprio mentre è alle prese con i suoi oggetti "magici", ha già cominciato a scindersi in due soggetti. Ci si trova di fronte a un in-dividuo reale che gioca e, al tempo stesso, a un soggetto che maschera se stesso, calandosi nel ruolo che riveste all'interno del gioco. L'enigmaticità di questo gesto sta, tuttavia, nel fatto che in questa sua doppia esistenza il giocatore è ancora in grado di distinguere "realtà" e "apparenza": paradossalmente, distingue se stesso da sé. Ma non per dimenticanza o per distrazione: questa duplicità appartiene all'essenza stessa del gioco. È questo un gesto che in-lude chi osserva il gioco, il giocatore, la sua coscienza e le strane cose di cui si circonda. Insomma, chi gioca vive in due dimensioni. Il tradizionale rapporto che lega, opponendoli, soggetto e oggetto, realtà e apparenza, illusione e verità, coscienza e immaginazione sembra perdere ogni forza e ragione in questa particolarissima coscienza ludica. Ogni giocare è una produzione magica di un mondo ludico. Il mondo del gioco comprende in sé i giocatori, le regole, i ruoli e i giocattoli. Nel mondo reale noi giochiamo, ma giocando otteniamo un ambito, un campo enigmatico che non è un niente e tuttavia niente di reale. Il mondo del gioco, a rigore, non occupa un luogo o un tempo, ma ha al suo interno il suo spazio e il suo tempo. Eppure, giocando, noi consumiamo spazio e tempo reali. Il mondo del gioco non è sospeso in una dimensione

immaginaria, ha sempre una scena reale, e tuttavia non è mai una cosa reale tra le cose reali. Ha però bisogno di cose reali, per avere in queste un sostegno e apparire. Il mondo del gioco appare e il giocatore incontra, in questo "mondo", oggetti e persone reali la cui identità rimane tuttavia incerta e ambigua: non sono entità fantastiche, né frutti dell'immaginazione soggettiva o apparenze ingannevoli ma, allo stesso tempo, non sono niente di reale. Enigmaticamente, il mondo del gioco produce oggetti irreali impossibilitati a diventare cose di un "altro" mondo: il mondo che essi abitano rimane il mondo reale. L'apparenza, l'immaginario, la verità e il divenire del mondo si incontrano, dunque, nell'enigmatica "irrealtà" del mondo del gioco. Ciò che si manifesta nella natura magica del gesto ludico, nell'enigmatica ambiguità del giocattolo e della sua realtà, è una paradossale "apparenza oggettiva" in cui trapassano elementi soggettivi e oggettivi, mettendo anzi in questione la stessa differenza tra "mondo" soggettivo e "mondo" oggettivo. È lo strano mondo in cui appaiono immagini che esistono oggettivamente; un fenomeno che presenta al pensiero difficoltà estreme, ma anche quanto di più semplice è dato osservare.

Allora, in conclusione e in via definitoria: *Homo ludens* e *I giochi e gli uomini* sono, per la comprensione del gioco, due testi fondamentali. Ma altrettanto fondamentali sono i rilievi che a queste due ricerche sono stati mossi soprattutto mettendone in luce il carattere limitativo e i presupposti teorici. Le obiezioni hanno il tono delle recriminazioni per promesse non mantenute, suonano come accuse a Huizinga "per non aver fatto tutto, non per aver osato troppo", come dice Umberto Eco nel suo saggio introduttivo a *Homo ludens*, e sono formulate con la stessa forza con cui si impone il primo enunciato di *Homo ludens*. Un primo esempio:

> La critica più pesante, più grave che noi facciamo è quella di considerare la "realtà", il "reale" come un *dato* del proble-

> ma, come un referente indiscusso, che va da sé, neutro, oggettivo e di definire il gioco in opposizione a, a partire da, "in funzione" della suddetta realtà… una variante, un commento su, una interpretazione, una "riproduzione di" questa realtà (Ehrmann 1979).

Se la realtà non può servire da norma quando non sia stata prima misurata nelle sue manifestazioni, il problema del gioco non è semplicemente "legato" al problema della realtà; lo statuto della "vita ordinaria", della "realtà", va rimesso in questione *nel movimento stesso* del pensiero del gioco:

> No, la questione non è di "grattare" l'immaginario per "raggiungere" il reale. Essi sono inseparabili l'uno dall'altro e non si possono cogliere che in un unico movimento, quello dato nel linguaggio e dal linguaggio – più generalmente, nei segni e dai segni... In altre parole, è necessario che prima ci sia il gioco perché esista la realtà, e non viceversa. (…) definire il gioco significa definire al tempo stesso e in uno stesso movimento la realtà e la cultura (ib.).

In *Homo ludens* la cultura nasce come gioco: in ogni cultura si danno forme di espressione e di comportamento ludiche; il gioco stesso si dà come forma di cultura. Non solo: in *Homo ludens* i caratteri costitutivi del gioco, individuati e analizzati, vengono identificati con gli aspetti fondamentali della cultura.

Huizinga a questo punto ha davanti una scelta: o la cultura è gioco nel senso che le sue strutture fondamentali costituiscono una matrice combinatoria le cui regole sono, appunto, di gioco; oppure la cultura è gioco nel senso che la sua combinatoria viene eseguita secondo il rituale "esterno" del gioco. Huizinga sceglie la seconda ipotesi. Come sottolinea Eco nella sua *Introduzione*

> non fa una grammatica del gioco, Huizinga esamina delle frasi, e più ancora le modalità di pronuncia delle medesime e il fatto che alla gente piace parlare. Non fa una teoria del

gioco ma una teoria del comportamento ludico. Poteva studiare il gioco giocante, il gioco che ci gioca, e studia il gioco giocato, e il costume di giocare.

Jean Baudrillard in *Della seduzione* (1979) affronta il rapporto tra regola e legge ponendolo in termini di trascendenza della legge e immanenza della regola: “La legge può e deve essere trasgredita, perché instaura una linea di spartizione, di contro non ha alcun senso trasgredire una regola del gioco”; l’analisi della seduzione fa tutt’uno, in questo testo, con il discorso sul gioco, e al gioco sono dedicati i momenti salienti e la parte conclusiva del lavoro. È qui che Baudrillard coglie in uno stesso orizzonte il gioco, il mondo dei segni e la società dei mezzi di comunicazioni di massa:

> Il gioco dei modelli, la loro combinatoria mobile caratterizzano un universo ludico dove tutto diviene effetto di simulazione possibile… Del resto, la TV americana con i suoi 83 canali, è l’incarnazione vivente del ludico: non si può più far altro che giocare, cambiare canale, mescolare i programmi, montarli a proprio piacimento. Il predominio dei giochi televisivi è solo l’eco, nel contenuto, di questo impiego ludico del medium.

Giovani
Alberto Abruzzese

L'immagine dei giovani è definita e preservata direttamente dalla famiglia. Tanto che, rispetto a tale cornice, i giovani assumono un'identità a essa estranea o diversa solo nella dimensione del delitto e della devianza. Come vittime o come carnefici. È anche un'immagine gestita a "mezzo tempo" dalle istituzioni della scuola e dell'università. Tanto questo tempo scolastico si è andato assottigliando e tanto si è andato rarefacendo il suo spazio che l'immagine della professione di "studenti" assume visibilità solo quando esce dalle mura scolastiche per manifestare il proprio disagio, per dire che i luoghi di addestramento delle giovani generazioni non corrispondono alla loro immaginazione, al loro stato nascente. Cogliendoli in queste sempre più brevi sortite, non si riesce a inquadrarli al di là dei due domini – delle famiglie e delle istituzioni – che tuttavia hanno su di loro sempre meno peso persino nelle dinamiche sociali in senso stretto. Le une e le altre hanno perduto l'immagine di chi nutrono, curano, mandano a studiare, introducono al mondo. L'immagine dei giovani si è dunque smarrita nei deserti del "sapere adulto".

Nelle generazioni al potere si fa dominante una rappresentazione interiore e mediale dei giovani dettata dai propri complessi di colpa. Il perseverante culto mediatico dei bambini e dei giovani sembra sempre tornare sotto l'ombra sinistra di corpi senza potere o senza destino che l'occidente sacrifica lasciandoli morire per fame, malattia e guerre; di giovani del benessere privati tuttavia di un adeguato sistema di protezione e salvaguardia del loro futuro.

Allo stesso tempo l'immagine dei giovani è in tutto abbandonata al superfluo, alla fragranza delle loro forme di intrattenimento e dunque alle dinamiche dei consumi e del mercato, quindi consiste in una rappresentazione de-

stinata a guadagnare tanto più in colore e definizione quanto più l'abitare dei giovani non è considerato società ma *loisir* (anzi quanto più il *loisir* non è considerato società ma evasione, porto franco). Una vera e propria oasi felice o purgatoriale, dunque. Tranne, naturalmente, nei casi in cui questo sguardo benevolo – accondiscendente verso chi, ancora coccolato nei conforti del tempo libero, diventerà adulto – viene revocato o perché si scontra con i virus televisivi, accusati di distruggere il primato delle tradizionali agenzie educative; o perché si infrange contro il carattere estremo di alcuni costumi e consumi sessuali automaticamente attribuiti ai giovani (come se gli adulti ne fossero indenni); o perché si spaventa per lo spirito distruttivo e antisolidale delle loro bande (come se gli adulti riuscissero a garantire coesione); o perché registra la morte sulle strade o per droga di chi un attimo prima della tragedia ancora non era in scena, ancora non era un'identità sociale di per sé compiuta (in "diritto", come gli adulti, di morire per desiderio o per caso e di vedere considerata la pericolosità delle proprie devianze in termini di responsabilità sociale e non di scontro tra senso etico dei padri e assenza di valori delle nuove generazioni). Paradossalmente in questo quadro i giovani finiscono per essere accusati soprattutto di non essere "falsi" adulti, cioè di non sapere vivere l'assenza di un loro proprio spazio di vita nella vita del sistema che detta loro le sue leggi. Infatti, quando l'immagine dei giovani voglia significare la loro presenza nella società, essa viene interamente gestita dagli adulti. Sono le loro istituzioni, i loro saperi, i loro paradigmi cognitivi, i loro interessi a predefinire quali siano i confini in cui controllare l'identità dei giovani. In cui dare di essi un'immagine adulta. In cui infine fare perfettamente combaciare i bisogni e i desideri identitari dei giovani con gli statuti normativi di chi presiede alla formulazione e al rispetto delle leggi.

La prevaricazione dell'immagine dei giovani da parte degli adulti e dei loro modelli di vita ha una lunga storia.

Si pensi alla delegittimazione di molti consumi giovanili da parte del “pensiero adulto”. Per esempio, la reazione familiare e istituzionale di fronte alla prima grande diffusione in Italia dei “fumetti” o, più in generale, si pensi a ciò che è accaduto con la sempre più acuta concorrenza tra valori normativi della scuola e valori narrativi e finzionali della televisione che andavano spezzando la tradizione autoritaria di pratiche educative affidate al libro, all’aula e alle culture familiari e umaniste degli insegnanti. Stavano entrando in campo doti emotive e fantastiche affidate ai linguaggi del corpo.

Il tratto distintivo della società di massa ottocentesca e in gran parte novecentesca è stato quello di imbrigliare il corpo dei giovani in apparati sapienziali controllati dalle istituzioni sociali. Il tratto distintivo della nostra epoca – zona delle forme di vita post-industriale e post-fordista – è diventato invece quello di fornire al movimento immersivo dei giovani una sempre più sofisticata gamma di tecnologie mirate a favorire i linguaggi del corpo assai più che i linguaggi istituzionali, il saper fare assai più del “saper sapere”. Su questa differenza epocale, manifestatasi lungo il percorso innovativo compiuto dalla tarda televisione generalista e dalla duttilità performativa dei personal media digitali, possiamo misurare la natura di dinamiche soggettive altrimenti inspiegabili. Questo processo di soffocamento degli spazi educativi tradizionali a opera dei media di massa ha raggiunto il suo culmine con la piena egemonia sociale del mercato delle immagini audiovisive e pubblicitarie (sempre più invasive sull’ordine della scrittura e della lettura e persino dello spettacolo e del cinema). In contrasto con l’omologazione collettiva ai modelli di genere esibita dai vecchi palinsesti televisivi, emergono le subculture metropolitane e le forme neotribali dei consumi post-metropolitani. Si fa dunque avanti un insieme di fattori di disgregazione della compattezza identitaria su cui si sono tanto a lungo fondati la distinzione e insieme il vincolo tra giovani e società. Solo guardando al progressi-

vo ribaltamento delle posizioni di forza tra i mutamenti innestati dai linguaggi del corpo e quelli prodotti dai linguaggi storici della società civile possiamo dare uno statuto identitario forte alle forme di dissipazione espressiva che la società imputa ai linguaggi giovanili oggi emergenti. Solo attribuendole alla risposta che tali linguaggi trovano nelle nuove tecnologie possiamo scorgere l'oggettiva trasgressività sociale che si annida nel dilagante "analfabetismo" delle nuove generazioni, nel loro rifiuto dei legami sintattici e culturali, nei valori e nelle memorie con cui gli attuali assetti istituzionali e politici ordinano il mondo.

La letteratura sui linguaggi dei giovani sta reagendo ora con molta forza alle innovazioni espressive dei linguaggi digitali, scagliandosi contro le forme di interazione "faccia a faccia" del personal computer, i linguaggi psicosomatici e esperienziali dei videogiochi, l'intrattenimento delocalizzato delle reti, la discorsività delle chat line, i messaggi sgrammaticati, asintattici e iconici della telefonia SMS, le situazioni immersive dei linguaggi virtuali ad alta alterazione percettiva. E così via, compresa ogni droga possibile, ogni modo illegittimo di amministrare la propria esistenza in parallelo o in alternativa o in simbiosi con le forme di controllo e consenso praticate dai modi di regolamentazione legittimati e condivisi dalla società civile.

Uno degli scenari in cui la figura archetipica dei giovani del tempo post-industriale viene di solito incorniciata è la sempre più ricorrente lamentazione sul degrado culturale dei giovani. Sulla loro indifferenza nei confronti del passato. Sulla loro ignoranza. Sul loro disamore per i libri. Sulla loro disattenzione rispetto a tutto ciò che non sia il "proprio" presente. Le ragioni con cui si pretende di spiegare la povertà culturale ed espressiva dei giovani vengono di solito trovate nella natura distruttiva dei media. E infatti la dimensione planetaria dei linguaggi delle televisioni generaliste ha progressivamente sconvolto ogni differenza temporale e spaziale con effetti che non solo hanno profondamente inciso sulla età psicologica e affettiva

degli spettatori (bambini che diventano adulti, adulti che assumono le dimensioni dell'infanzia, anziani che vengono sottratti alla loro passata segregazione, nuovamente immersi in immagini e sensazioni che le antiche mappature fisiche e geopolitiche dell'esperienza vissuta non consentivano), ma hanno anche agito per la progressiva cancellazione della memoria individuale e collettiva. Naturalmente, di un certo tipo di memoria. Di quella memoria che lega tra loro le sequenze progressive della storia, dà un senso alle figure, agli oggetti e ai testi socialmente legittimati, funge da guida tra passato e futuro, da collante tra individuo e collettività. Di quella memoria che si fonda sui monumenti, sulla scrittura e sul moderno patto di cittadinanza tra chi legge e chi scrive, dunque sui produttori, riproduttori e mediatori di culture e lingue nazionali. Ma, posti di fronte a questo così evidente cedimento del ruolo dei giovani come cerniera tra passato e futuro, i leader delle forme di opinione pubblica egemonizzate dalla stampa – intellettuali, scrittori, operatori culturali vincolati alle loro province di prestigio personale – reagiscono in modi tanto vuoti e ripetitivi quanto allarmati. Sacerdoti di valori e rituali in estinzione, sono disperati per il loro tramonto molto più che per quello dei giovani. Convinti che nella smemoratezza, volgarità e afasia delle nuove generazioni non vi siano da trovare altri contenuti, ma si manifestino solo ottusità e sordità, rifiuto e aggressività, consumismo e inerzia, questi accaniti mentori del degrado giovanile non vanno oltre la meravigliata constatazione del disastro, la compassionevole volontà di redenzione dei diseredati, la poliziesca ricerca dei colpevoli, la scelta delle pene da somministrare.

Accettando di pensare i giovani in rapporto a come la società li produce, distribuisce e consuma, perdiamo di vista la loro natura più profonda, rendendola inafferrabile, spesso muta, per il solo fatto di estrometterla dal nostro quadro cognitivo, privarla della sua soggettività, che è intima correlazione con ciò che rende lo stato infantile e

giovanile parte di noi stessi come ogni altro transito biologico della nostra esistenza. In una parola: esteriorizzando lo sguardo sui giovani perdiamo ogni possibilità di considerarli non come "altro" da noi stessi ma parte ineliminabile della nostra persona. Oggettivandoli e rappresentandoli, li rendiamo "stranieri", assenti dalla nostra esperienza vissuta, finendo per rifiutare l'unico effettivo senso di appartenenza che essi possono continuamente rivendicare: il fatto di abitare nella nostra interiorità e solo in essa potere essere pensati. Se – come accade nell'arte (si pensi a Francis Bacon) o nel *morphing* digitale – il corpo potesse rivelare al suo esterno la percezione psicosomatica che ha di se stesso, se noi invece di pensare il nostro sembiante lo potessimo rendere nella forma in cui lo sentiamo, allora il mondo si popolerebbe di "mostri": straordinarie figure in cui i tratti che per convenzione attribuiamo alle età della vita organica dell'uomo risulterebbero a tal punto dis-ordinati, tra loro miscelati e contaminati, da rendere impossibile ogni identificazione anagrafica e di conseguenza anche ogni norma e interdizione a essa congiunte. La società sino a oggi si è fatta carico di impedire questo disordine. Ha lavorato in modo così potente e strutturato sui ruoli da affidare ai diversi stadi di vita degli individui da pesare sin dentro la loro interiorità, da indurli a disegnare le loro mappe interiori a immagine e somiglianza delle cronotopie del mondo esterno.

Se si prova a deviare da questo vincolo che la società impone ai modi in cui ciascuno pensa la propria e altrui età, ad aprirsi è uno scenario di "differenze", di diversi atteggiamenti nei confronti del mondo. Compiuta una simile torsione prospettica, l'analisi non resta più appesa alla ciclica dialettica tra padri e figli o vecchie e nuove generazioni, potendo essa liberamente guardare al confronto tra diversi modi di interpretare e costruire il mondo, affermarlo o negarlo, conservarlo o innovarlo. I giovani vanno sottratti a un'"interpretazione" in cui predomini il dato biologico. Restando a questa semplice lettura non si può

fare altro che sottometterli come il civilizzato colonizza il selvaggio, lo evangelizza e riscatta, gli impone una nuova religione, una causa e un destino. Oppure, volendo da adulti riconoscerci subitamente in loro, non si può fare altro che concepirli come cloni di noi stessi (presunzione divina che, pur essendo per noi umani un tabù, scelta ufficialmente negata dalle etiche religiose e sociali, ha invece costituito la norma del "sapere adulto" e della sovranità che esso ha esercitato sulla procreazione).

Glocal
Alberto Abruzzese

Un neologismo dell'epoca digitale. Sta a significare la con-fusione (nel senso di integrazione reciproca ma anche di tendenziale anarchia) tra realtà territoriali diverse (e quindi i soggetti e i linguaggi che rispettivamente le esprimono). Grazie alle nuove piattaforme interattive e multimediali delle reti telematiche, la dimensione glocal è quella realizzata in tempo reale da singoli utenti disincagliati dalle identità collettive di appartenenza storica e culturale, comunità locali e metaterritoriali, comunità tecnoscientifiche, apparati pubblici e privati, grandi e piccole imprese, vecchie e nuove organizzazioni, istituzioni e movimenti, nicchie espressive dialettali o marginali, i molteplici livelli comunicativi delle moderne stratificazioni tra culture egemoni e culture subalterne, culture imperialiste e sottoculture dei consumi situati e immateriali, nonché i livelli di più forte vocazione connettiva che un tempo venivano realizzati dai processi di mondializzazione delle politiche e delle transazioni economiche dei sistemi di produzione più avanzati del pianeta e ora dalle logiche di sviluppo della new technology e della net economy, infine ogni area disponibile a consumare e/o costretta a prestare lavoro a basso costo, luoghi e distretti del *loisir* turistico e gastronomico, i bacini storici e artistici, i grandi empori (*mall*) delle merci e dell'intrattenimento post-metropolitano. Una galassia di soggettività, interessi e poteri in continuo scambio di informazioni, ivi comprese le zone di guerra o di terrorismo, le multinazionali ecologiste, i "covi" hacker.

I linguaggi di rete stanno praticando dunque continue strategie connettive – e di conseguenza agiscono come motori di diffusione ed espansione delle esperienze e delle conoscenze, incubatori di nuova creatività – tra diversi

territori identitari, sociali e culturali che prima, nell'epoca della società industriale, venivano mappati dentro precisi confini geopolitici (aree occidentali o occidentalizzate, aree orientali, terzo mondo, dannati della terra, paesi del Nord e paesi del Sud, sistemi democratici e sistemi autoritari) o mappature gerarchiche (etnie dominanti e assoggettate, lingue dominanti e lingue marginali, culture alte e culture basse, identità di genere forti e identità di genere deboli, abili e disabili, ricchi e poveri, padroni e salariati, occupati e disoccupati).

La ricerca sociologica e antropologica sta studiando quali effetti abbiano avuto le dinamiche di mondializzazione della modernità in rapporto ai presumibili effetti, già pienamente avviati, che a maggior ragione potrebbe avere l'attuale rivoluzione tecnologica dei media sulla cultura umana, intendendo per cultura quell'insieme di costruzioni mentali e testuali che vengono percepite come "rilevanti" per la vita quotidiana di noi tutti e che John Tomlinson (1999) chiama, rifacendosi a una precoce definizione anti-intellettualistica e anti-ideologica di Raymond Williams (1989), "cultura ordinaria". L'esperienza vissuta in cui confluiscono e da cui defluiscono tanto le grandi questioni sociali quanto i più profondi e privati sentimenti individuali; la rete di microcomportamenti con cui la "vita nuda" delle persone agisce sulla fluttuante linea di confine tra il sé e l'agire sociale degli apparati istituzionali, dei loro saperi e delle loro visioni storiche (de Certeau 1980; De Luna 2001).

Sul concetto di glocal piuttosto che di globalizzazione o localismo andrebbero fatte convergere le tante ipotesi che si vanno facendo sui presenti e futuri scenari della connessione trasversale e decentrata delle piattaforme digitali; sulla funzione che vi assolvono i new media e sui rischi, supposti o reali, che corrono le culture locali e nazionali, assunte come segno di una tradizione moderna giunta al suo massimo punto di frattura (Abruzzese 2001a). Carlo Ginzburg ci offre un buon punto di partenza per

ragionare su questi fenomeni, grazie a un saggio in cui viene riportato un documento relativo a una rivolta degli indigeni delle isole Marianne contro i dominatori spagnoli (siamo nel 1685). Si tratta del discorso tenuto da un nobile locale di nome Hurao, ma *trascritto* da un occidentale, dunque inevitabilmente occidentalizzato, in cui si legge quest'invito alla guerra:

> Questi europei avrebbero fatto bene, diceva, a restare nei loro paesi. Non avevamo bisogno del loro aiuto per vivere felici. Eravamo contenti di ciò che ci davano le nostre isole. (...) Non vediamo forse che sotto il pretesto di istruire e di incivilire i nostri costumi, essi li corrompono? (...) Ecco i bei regali che ci hanno fatto, portati dalle loro macchine galleggianti! Prima che essi arrivassero qui, conoscevamo forse tossi e raffreddori? (...) Dicono che le nostre storie sono favole, immaginazioni. Non potremmo dire lo stesso di quello che ci insegnano, di quello in cui ci chiedono di credere come se si trattasse di verità inconfutabili? (...) Non disponiamo delle loro armi omicide, che portano dappertutto il terrore e la morte: possiamo però sopraffarli grazie alla nostra superiorità numerica (Ginzsburg 2000).

Oggi, nella stessa posizione del primitivo popolo delle isole Marianne, possiamo collocare il pensiero emotivo delle moltitudini che si oppongono alla globalizzazione (sostanzialmente accettata, invece, dalle identità collettive – di ceto, classe, cultura, immaginario – della tradizione sociale moderna, dei suoi modelli e sistemi di produzione e consumo). Possiamo riascoltare il medesimo discorso di Hurao nelle parole dei leader emergenti dalla vasta area che, pur in tutte le sue differenze, si identifica nei movimenti "no global". Ma se questa sovrapposizione risulta così naturale e immediata, così innegabile, essa ci obbliga a mettere in conto anche le "crepe" – questo il termine usato da Ginzsburg – che sempre si nascondono dietro le verità *usate* e *comunicate* in un determinato contesto sociale (e tanto più se questo contesto si fa sempre più inde-

terminato, dis-tratto, de-localizzato). Allora la stessa ambivalenza delle parole di Hurao (tanto più pericolose quanto più camuffate, in quanto orazione pronunciata da un primitivo ma reinventata da un civilizzatore) dovrà essere rintracciata anche nei mille e mille testi scritti e orali che vanno crescendo e schierandosi contro la globalizzazione del nuovo millennio.

È la guerra lo scenario di riferimento per questa produzione politico-culturale (non solo scientifica o letteraria, ma anche artistica, particolarmente presente nel cinema d'autore e di genere, spesso attraverso l'uso metaforico di altre figure della guerra e del sacrificio, quali assassini, stupratori, serial killer, e ogni altro turbamento o violenza possa intervenire sui valori positivi che l'Occidente affida ancora agli stereotipi della famiglia e del lavoro).

Giovanni De Luna, nel suo libro sulla contemporaneità mediatica della storia, ha dedicato alcune pagine di massima chiarezza alla svolta novecentesca del tempo moderno, ai fatti che vi si sono realizzati e che, nell'evidenza inaudita del loro accadimento, nella brutalità con cui mostrano i limiti della politica, servono per ripensare la storia contro la storia stessa e la sua soggettività:

> Il genocidio come essenza ultima della guerra novecentesca ci introduce così a una definizione che parte dalla guerra e dalla violenza lasciandosi però alle spalle ogni tipo di balletto inscenato sulle cifre, permettendoci di considerare il Novecento, secondo l'indicazione di Freud, come il secolo "non delle morti, ma della morte".

Il riferimento a Freud è qui fondamentale in quanto rimanda alla svolta culturale della psicoanalisi come discorso sulla persona e non sull'identità collettiva: la qualità di una sola "vita ordinaria" assume un pari valore o comunque conquista una sua autonomia rispetto alla *quantità*, principio regolamentatore delle democrazie di massa e dei loro conflitti politici. E la morte in quanto nuda morte assume un carattere emblematico rispetto ai morti in quan-

to annullamento della persona, si stacca cioè dalle regole della civilizzazione e del progressismo, calibrate sul computo dei morti necessari al conseguimento di un fine. Il giovane sacrificato a Genova dalle opposte cerimonie simboliche del G8 e del popolo di Seattle non è stato un morto sul campo, ma la condivisione pubblica, generale, del destino di morte di ogni strumento della modernità. Uno dei possibili esiti della tragica condensazione tra localismo e globalismo. L'automatico derivato di ciò che "sfugge di mano" a chi negozia il senso delle innovazioni, a chi ne governa gli effetti. Esattamente il rovescio di ciò che lo sviluppo tecnologico promette di donare all'uomo.

> La morte come progetto totale – continua De Luna – è la diretta conseguenza della "politicizzazione della vita" che è il principio di ogni modernità politica novecentesca in cui, finalmente e compiutamente, la politica si trasforma in biopolitica, il corpo dell'individuo diventa la posta in gioco delle strategie politiche.

Si badi bene che gli orizzonti della biopolitica – qui messi in evidenza sulla scorta di Michel Foucault – sono gli stessi della cibernetica e della biogenetica: la svolta novecentesca del genocidio, dell'olocausto come esito naturale dell'impotenza moderna, si coniuga con il massimo successo delle sue forme di conoscenza, a dimostrazione, ancora una volta, della inseparabile connessione che i processi di deterritorializzazione dei progetti di globalizzazione stabiliscono tra sviluppo e catastrofe. È questo l'oscuro legame che sembra far parte della istintiva coscienza pacifista delle moltitudini di Seattle: persone che l'edonismo dei consumi generalisti ha reso inclini – per troppa abitudine alla felicità o alla disperazione o al loro continuo paradossale sovrapporsi – a non soffrire le pene della guerra e delle sue conseguenze. Qui la coppia amico-nemico, in quanto pilastro della guerra e anche della politica (sua appena più morbida accezione), sembra desiderare di cadere, annullarsi; a essa, semmai, si sostituisce

– con tutta la gaia scienza tipica dell'età dell'infanzia – il conflitto rabbioso e di nuovo modernamente violento tra vita e politica, atteggiamento di certo ingenuo, superficiale, ma risposta in tutto analoga alla scelta delle politiche moderne di aggredire direttamente la nuda vita delle moltitudini, seppure in nome (al pari dei conquistatori del popolo di Hurao) di una superiore salvezza.

È il passaggio più indicativo di De Luna, laddove la dimensione novecentesca viene dispiegata in una natura che – ancora fondata sull'uso di tecnologie pesanti, su forme di tortura del corpo umano così distinte dalle fantasmagorie della fiction audiovisiva e così distanti dalle procedure immateriali dei linguaggi digitali – ha già realizzato una rivoluzione di misura straordinariamente superiore ai processi di socializzazione praticati dalla produzione industriale, dalla divisione e astrazione del lavoro, dal conflitto di classe:

> Prima, la "nuda vita" era sottratta all'azione dello stato, si riferiva alla pura esistenza biologica spogliata di cittadinanza; nel XX secolo la politica, diventata biopolitica, si appropria della "nuda vita" – che finora era rimasta "in terra di nessuno" –, immettendola dentro il circuito della statualità: la vita e la morte non sono più concetti scientifici ma politici, il medico e il sovrano si scambiano le parti. Il dilatarsi della dimensione statuale nella determinazione della morte è inscritta nei tratti genetici del Novecento; lo stato può allontanarsi o avvicinarsi alla sfera dell'economia, ma non molla più la presa rispetto alla "vita": la biopolitica pretende di decidere "sul valore (o sul disvalore) della vita come tale", e quindi stabilisce qual è la "vita indegna di essere vissuta". (...) Questa corporeità materiale della cittadinanza affiora nei casi estremi, nel territorio dell'eccezionale e del parossistico, in particolare nella "non-vita" e nella "non-morte".

Le condizioni di non-vita e di non-morte evocano quelle spaziature dei sensi, quelle zone percettive, che dall'idea di eterotopia (Michel Foucault) e di non-luogo (Marc Augé) arrivano ai linguaggi virtuali. L'eredità del-

le guerre e dei genocidi del Novecento e la politicizzazione della “nuda vita” delle persone hanno fruttato le attuali dimensioni tecnologiche delle pratiche manipolatrici esercitate sui corpi e sui linguaggi della società. Una società solo “alleggerita” e “controllata” rispetto alla pesantezza delle guerre mondiali e degli stermini di massa; un presente in cui possiamo riconoscere facilmente le stesse elaborazioni parossistiche ed estreme, le stesse alterazioni biogenetiche, le stesse somatizzazioni del desiderio (nella sua più inaudita doppia appartenenza, quella dei potenti e quella dei sudditi, quella dei servi e quella dei padroni: e anche in questo caso la scena “ultima” del conflitto tra sudditi delle democrazie occidentali e sudditi del fondamentalismo islamico – guerra biopolitica per eccellenza – rende semplicemente più evidente l’ostinazione del Novecento a non volere morire, a desiderare la propria vita, a fare agire solo i soggetti e i punti di vista che la condividono).

All’atopia, negazione pornografica di qualsiasi malia trascendentale, il pensiero occidentale continua a rispondere con i dispositivi dell’utopia:

> La spinta utopica è fondamentale per tutte le società umane anche solo mediamente sviluppate. A evitare stagnazione e implosione, la pura e semplice gestione dell’esistente, pur se onesta e intellettualmente provveduta, non basta. Le società hanno bisogno di stabilità, ma anche di tensione avveniristica, di realismo ma anche di sogni anticipatori. Specialmente le società tecnicamente progredite hanno bisogno di slanci utopici verso scopi collettivamente percepiti come validi. Il progresso tecnico non è sufficiente. La tecnica è una perfezione priva di scopo. Non crea valori. È solo l’eterno ritorno dell’identico. La grande illusione all’inizio del secolo ventunesimo è da vedersi nello scambio fatale di valori strumentali con valori finali (Ferrarotti 2001).

Ma non è forse proprio questo scambio, simbolico e reale, sacro e profano (come il denaro, le merci, la morte),

a essere stato e a continuare a essere l'essenza stessa della modernità e dunque anche degli statuti sociali che essa ha creato e sta difendendo sino all'ultimo sangue?

Le spinte utopiche – così diverse rispetto alle atopie che si sono sempre più insinuate nello sviluppo occidentale sino a renderlo territorio di desocializzazione – sembrano oggi provenire dalle sacche di resistenza interna più che esterna alle società storiche. Sono spinte che tendono a rivendicare non un mondo futuro quanto piuttosto il mondo che hanno perduto. Stimoli che non vengono da chi affluisce all'interno della storia, ma piuttosto da chi appartiene alle sue tradizioni e le sente a rischio. È qui che rinascono nuove religioni e le grandi religioni tentano di rigenerarsi: linguaggi, sogni e immaginari che sono fondati dall'insoddisfazione della persona per i luoghi che abita e dall'universalismo pacificatore dell'"aldilà", dunque da uno strategico intreccio di utopie terrene e atopie celesti. La forza dello spirito religioso – antico e nuovo – si rivela dunque in una gamma molteplice di idee e movimenti che sempre più influenzano le culture laiche, ne rivelano più o meno insospettabili radici millenariste o le ammantano di promesse salvifiche.

Guerra
Andrea Miconi

A torto, scrive Armand Mattelart (1991), la guerra è stata considerata come una *parentesi oscura* nella storia della comunicazione moderna: in realtà ne costituisce una delle principali matrici di sviluppo. In questo senso le discussioni sulla "guerra televisiva", che tracciano una linea di continuità tra i conflitti del Vietnam, del Golfo Persico e del Kossovo, ben illustrano il nesso stringente tra guerra e media, visibile sia sul piano strategico, su cui le tecnologie di comunicazione costituiscono una risorsa per la gestione del conflitto, sia sul piano sociale, in cui i media sono invece uno strumento decisivo per la rappresentazione della guerra, per la sua comprensione (nel bene e nel male, naturalmente). Così la guerra ha contribuito allo sviluppo dei media moderni su due diversi livelli: l'evoluzione delle tecnologie della comunicazione e quella dei saperi sulla comunicazione.

In primo luogo, a ragioni di guerra sono dovute molte innovazioni tecnologiche in campo comunicativo, poi riconvertite a uso civile: e le più note si collocano, emblematicamente, all'origine e all'apice della storia dei media moderni. All'origine delle comunicazioni di massa sta – come gli storici dei media hanno ormai ratificato – il telegrafo aereo o meccanico di Claude Chappe (1790 ca.), adottato dalle istituzioni francesi per facilitare il trasporto di informazioni tra diversi distaccamenti militari. E sempre di origine militare, al termine di questa storia, è, come è noto, l'origine di Internet, nata da una costola della rete Arpanet, progettata negli Stati Uniti negli anni Sessanta per scopi difensivi dopo la conquista dello spazio da parte dello *Sputnik* sovietico.

Parallelamente a questa storia corre quella dei saperi sulla comunicazione, che hanno conosciuto la loro decisi-

va svolta empirica negli anni Trenta, ancora negli Stati Uniti, in seguito agli investimenti per la ricerca sugli effetti della propaganda bellica. Sono stati gli studi di Harold Lasswell, in particolare, ad arricchire la *communication research* delle prime variabili di analisi, rendendola una scienza adulta, ideologicamente meno vincolata, e meno permeabile rispetto allo stato di allarme prodotto dalla prima diffusione dei media. La tradizione nordamericana di ricerca sugli effetti delle comunicazioni di massa, che ha preso corpo proprio grazie ai finanziamenti per la ricerca sulla propaganda, ha lasciato alla disciplina l'eredità di una prima problematizzazione del metodo – un'eredità ancora determinante, malgrado i diversi mutamenti di prospettiva intervenuti nei decenni successivi.

Produttivo e vitale, e molto stretto, dunque, è il rapporto tra guerra e comunicazione: perché ogni conflitto, ha scritto Marshall McLuhan (1964), si è combattuto "con la tecnologia più nuova che ogni cultura aveva a disposizione". E le tecnologie per comunicare, qui come altrove, non fanno eccezione.

Hacker
Davide Bennato

Un hacker non è semplicemente un appassionato di informatica o di cultura tecnologica, ma è anche e soprattutto un individuo orientato all'appropriazione del sapere e della conoscenza relativi alle tecnologie informatiche.

La sovrarappresentazione mediale ha reso confusa e piuttosto problematica la definizione del termine. Si può tuttavia tentare di spiegare chi è l'hacker e cos'è la cultura hacker seguendo molteplici linee guida che garantiscano la convivenza dell'anima propriamente tecnologica e di quella più "sociologica".

Storicamente quella "hacker" è una sottocultura giovanile sviluppatasi a partire dagli anni Cinquanta, epoca di diffusione dei primi computer. Un ruolo da "avanguardia" dell'allora nascente cultura informatica era stato giocato inizialmente dal MIT (Massachusetts Institute of Technology) ma ben presto in ogni università statunitense dotata di un laboratorio informatico erano emersi gruppi di "amatori". Alla base dell'Homebrew Computer Club (il "club del computer fatto in casa", che per primo espresse il desiderio di "portare il computer nelle mani di tutti") si ritrova proprio un'etica di tipo "hacker" (Levy 1994).

La filosofia hacker è anche una "deontologia" che indirizza e guida le azioni della comunità che vi si riconosce. Alla base di quest'etica ci sono elementi legati agli ideali di libertà di informazione, per esempio l'aspra critica rivolta alle regole commerciali del *copyright*, l'atteggiamento sospettoso nei confronti dell'autorità e il progetto di una democrazia basata sulle capacità tecniche dell'hacker e sull'idea che i computer possano cambiare in meglio la vita delle persone.

L'hacker è stato poi consacrato come eroe negativo dalla letteratura cyberpunk, della quale sono considerati

pionieri William Gibson (lo scrittore che ha coniato lo stesso termine “cyberpunk”) e Bruce Sterling. Questo filone, a metà strada tra fantascienza e speculazione sociale, ambienta i suoi racconti in una società del futuro completamente innervata dalle reti telematiche e dominata dalle grandi *corporations* commerciali. In questi scenari si muovono gli hackers, il cui obiettivo è di solito compiere incursioni nelle reti delle *corporations* per impossessarsi di informazioni da vendere a committenti privi di scrupoli o al mercato nero (Scelsi, a cura, 1991; Giovannini 1992).

Per i media l’hacker è in genere il pirata informatico che si rende responsabile di danni contro la proprietà per ragioni politiche e sociali o semplicemente a scopo dimostrativo. Spesso con questo termine ci si riferisce anche ai responsabili di truffe telematiche, dimenticando che di solito gli autori di questi crimini, pur essendo in possesso di elevate competenze tecnologiche, non fanno parte della comunità hacker e non si riconoscono nella sua etica (Sterling 1992).

Analizzando la questione da un punto di vista economico-sociale, l’hacker e le pratiche di hacking potrebbero trasformarsi anche in risorse produttive. Tra i principi che ispirano la logica hacker ha infatti un ruolo importante l’idea che l’informazione debba essere priva di vincoli e in condizione di circolare liberamente. Questo non vuol dire però che essa non possa anche produrre profitto. Al vecchio modo di produzione industriale basato sul possesso esclusivo del sapere (*copyright*) può essere sostituita una dinamica produttiva fondata sulla libera circolazione delle informazioni (*no-copyright*). L’esempio più indicativo di questo nuovo modello di business è il sistema operativo Linux. Questo progetto ha visto la luce proprio in una comunità di hacker che aveva l’ambizione di sviluppare un sistema operativo antagonista a Windows della Microsoft, detentore del monopolio sul mercato. Le tradizionali critiche mosse a Windows (scarsa stabilità del sistema, presenza di falle nella sicurezza, sovradimensionamento del

prodotto rispetto alle reali esigenze dell'utente, eccessivo impiego di risorse hardware) possono, secondo gli ideatori, essere superate da Linux grazie al fatto che esso, pur essendo frutto dell'intuizione di un singolo (Linus Torvalds) ha riunito intorno a sé una comunità mondiale che lavora al perfezionamento del progetto. Nonostante sia *no-copyright* Linux ha consentito la nascita di alcune società collegate i cui profitti non dipendono dal possesso del software ma dalle attività di distribuzione e assistenza legate al prodotto (Himanen 2001).

Iconoclastia

Germano Scurti

> La tavola delle antinomie dell'audiovisivo è simile a quella della Ragion pura. Ogni tesi trova la propria antitesi, senza che alcuna di esse possa confutare l'altra, tanto che l'iconofobo e l'iconofilo sono condannati a convivere, talvolta nello stesso individuo. La giustapposizione degli argomentari, utile per dissipare alcune illusioni, conferma come, in fondo, la questione dell'immagine non sia particolarmente progredita dal secolo VIII (Debray 1999).

Con queste parole Regis Debray si riferisce specificamente al Secondo Concilio di Nicea del 787 che ha dato vita, in risposta al deserto iconoclastico, alla "civiltà dell'immagine" i cui fondamenti dottrinali sono stati elaborati, dopo una vera e propria guerra civile, dal monoteismo che lo dominava: il cristianesimo.

La legittimità delle immagini si è dunque dovuta confrontare con la tendenza rigorista dell'Antico Testamento, preoccupata di prendere le distanze dai costumi pagani e dal loro specifico uso delle immagini, alla base della dottrina iconoclastica che si è sviluppata in particolare nell'Impero bizantino nell'VIII-IX secolo. Lo scontro iniziò con le disposizioni dell'imperatore Leone III nel 726 e proseguì con il figlio Costantino V che si preoccupò (nel Concilio di Hieria del 754) di fornire le basi dottrinali al divieto di usare le immagini sacre. Nicea risponde a questo attacco iconoclastico adottando una strategia flessibile di censura dell'idolo, dell'idolatria pagana compendiata nel culto del vitello d'oro e di venerazione dell'icona. Al di là della filosofia platonica, che aveva ridotto l'immagine allo statuto fenomenico della "falsa apparenza", Nicea ne stabilisce la dimensione ontologica attraverso il paradosso dell'incarnazione. La cristologia ha, infatti, legittimato il visibile nei termi-

ni di uno spazio entro cui si incarnano le figure storiche della verità eterna, lo spazio in cui la mediazione si è fatta appunto tangibile, concreta.

Giocando tra iconofilia e iconoclastia, l'immagine in Occidente si è dunque affermata come un medium che serve a tradurre in un linguaggio sensibile realtà invisibili. Stabilendo una relazione che organizza due diversi piani ontologici, ha inaugurato la virtù metafisica della mediazione: quella forza immaginale di carattere mediale che contrasta l'autonomia del visibile e la condizione idolatrica delle immagini autoreferenti. L'immagine in tal modo ha dato origine a uno dei temi principali del dibattito tra iconoclastia e iconofilia che, attraversando il Medioevo e la Modernità, è arrivato sino alla nostra contemporaneità: il timore moralistico per la mobilitazione dei sensi, la questione del controllo sociale che attribuisce alle immagini, secondo la visione tomistica, la sola funzione di istruire-edificare, quindi la gerarchizzazione, che presume una frattura radicale tra immagini alte e immagini basse, sacro e profano, al cui interno si condensa lo scarto e il conflitto tra il sapere e i desideri (Freedberg 1989). Il rimando all'Altro, in sostanza, sembra svolgere la funzione di garantire che la "materialità" dell'immagine, l'irruenza dei desideri che attiva, non ci abbassi al livello dei sensi ma ci elevi verso l'alto.

Ritroviamo questi stessi motivi nell'attuale fronte iconoclasta che si muove tra le culture del libro e della scrittura (Sartori 1997) – che vedono nell'immagine televisiva il massimo fattore di degrado della società civile – e l'immaginario ipertecnologico dei new media, della stessa natura anti-televisiva e anti-consumistica (Davis 1998). Motivi che appunto definiscono una sorta di iconoclastia fondamentale che attraversa tutta la tradizione occidentale, in cui pesa ancora la frattura tra l'escatologia cristiana, secolarizzata nel progetto politico della Modernità, nelle culture del lavoro, dell'operosità, e la radicale mondanizzazione delle culture dei consumi e

del tempo libero, legate al dispendio edonistico, alla "conquista del presente" (Maffesoli 1979), che trovano nell'affabulazione simulacrale dell'immagine televisiva (un'immagine priva di referenti, se non nel pubblico cui si rivolge) la propria determinazione. All'impossibilità di raggiungere il reale attraverso il linguaggio, che di fatto definisce la svolta epistemologica e ontologica di buona parte del Novecento, e al "presentismo" che inscrive la nostra vita non più nella linearità storica ma nel godimento di un istante eterno, l'iconoclastia contemporanea cerca di rispondere valorizzando di nuovo una concezione moralistica della società: l'idea del dover essere, le determinazioni a priori di ciò che dovrebbe essere l'individuo e la società. Ovvero, l'idea produttivistica della modernità, caratterizzata dal predominio della ragione strumentale e dal pensare l'esistenza in funzione di un futuro a venire che richiede il rinvio del godimento. Alla derealizzazione totale, alla perdita della referenzialità dei segni, la considerazione della presenza di una rete infinita di rimandi orizzontali che riguardano la catena dei significanti, allo scacco ontologico, definito come "fine del mondo", "delitto perfetto" (Baudrillard 1994), l'iconoclastia, strettamente connessa al tempo dell'attesa, incalza l'immagine per ristabilire ciò che sta *oltre* il visibile. Nel suo tentativo di azzerare gli idola del mondo, di sviluppare una "ecologia dei segni", fa ruotare l'asse della riflessione sul versante dell'aniconismo originario o su quello *mediale* dell'icona. Verso il silenzio della propria interiorità o verso il nulla ineffabile. Si colloca per questo in una posizione paradossale: priva della consapevolezza che ogni linguaggio espressivo deve la sua esistenza a un atto di morte, annuncia la "fine del mondo" a opera delle immagini elettroniche non per restituircelo, ma per destituirlo di nuovo nell'effettualità del senza-mondo o del retro-mondo.

Illustrazioni
Alberto Abruzzese

Dopo l'intuizione creativa dell'architetto Giovanni Battista Piranesi (1720-1778) nel produrre stampe con immagini in grado di legare lo sguardo del consumatore a un prodotto di sintesi tra antico e moderno, tra arte e turismo, tra rovine e progresso, fu il lavoro ottocentesco compiuto dagli illustratori Grandville (pseudonimo di Jean-Ignace-Isidore Gérard, 1803-1847) e da Paul-Gustav Doré (1832-1883) ad assumere un significato esemplare. Il disegno accentua l'alterazione simbolica della realtà, la trasfigura. La stampa fornisce al disegno una diffusione straordinaria. L'immagine si fa di massa e ne assorbe la tendenza al mutamento.

Grandville è autore di *Les metamorphoses du jour*, caricature della vita civile e politica del tempo in cui rappresentò i contemporanei sotto l'aspetto di animali, piante, oggetti. Accentuò il lavoro di "metamorfosizzazione" della realtà visiva, cogliendo nella nuova dimensione dei ritmi metropolitani, nella loro accelerazione, nella diversa territorializzazione dei suoi corpi, il processo di astrazione della civiltà industriale. Un processo che vedeva uniformarsi in un unico flusso dinamico i mondi tradizionalmente distinti dell'uomo, degli animali e delle cose. Gli oggetti si animano, mimano gesti e passioni umane. Gli animali delle favole ritornano sulla terra delle esposizioni e dei grandi magazzini, popolano le pagine dei libri, della stampa quotidiana e delle *affiches*.

> L'intronizzazione della merce e l'aureola di distrazione che la circonda è il tema segreto dell'arte di Grandville. A ciò corrisponde il dissidio fra l'elemento utopistico e l'elemento cinico di essa. Le sue arguzie nella rappresentazione di oggetti morti corrispondono a ciò che Marx chiama i "capricci teologici" della merce. Essi si depositano chiaramente nella

> *spécialité* – una qualifica o etichetta che sorge in questo periodo nell'industria di lusso; sotto la matita di Grandville la natura intera si trasforma in *spécialités*. Egli la presenta nello stesso spirito in cui la réclame – anche questa parola sorge in questo periodo – comincia a presentare i suoi articoli. Finisce pazzo (Benjamin, 1955).

Doré nasce invece dall'esercizio del disegno accademico. I suoi modelli sono stati le statue del mondo classico. Nessuno meglio di lui ha documentato l'impatto tra le forme belle dell'Antico e l'insorgere della civiltà metropolitana (un lavoro analogo al compito assunto sul piano della scrittura da Victor Hugo). Questo autore, godendo di una grande perizia tecnica, si assume un compito straordinario: la traduzione al presente metropolitano di tutto l'immaginario letterario prodotto dal mondo civile. Le statue, allora, prendono vita e abitano i ritmi della città industriale, le sue *rêverie*, i suoi affollamenti, i suoi chiaroscuri artificiali, le sue catastrofiche mutazioni, i suoi moderni fantasmi.

Doré illustrò la *Divina Commedia* (1861) così come le strade di Londra, Poe così come gli itinerari turistici d'Europa, e ancora la *Bibbia* (1864), il *Paradiso perduto* (1865) e il *Don Chisciotte* (1865). Il suo disegno è paragonabile al genio di Charles Dickens. E il prodotto del suo lavoro fu – sul piano della stampa – quello che le grandi esposizioni universali furono per la costruzione di un territorio immaginario, risultato della contaminazione e integrazione di stili, forme, narrazioni; di sostanze espressive sradicate dai loro contesti originari; strappate ai soggetti, ai tempi e ai luoghi che le avevano prodotte.

Lo sviluppo socio-antropologico dell'immagine travalica quello della parola scritta e si mette in gara con le voci discorsive della quotidianità. È il tempo della caricatura. Il tempo in cui i fatti della cronaca vengono fissati dal tratto rapido e veloce del disegno e dello sguardo. Il tempo in cui l'accesso alla lettura avviene grazie all'esibizione dell'immagine illustrata, quasi che prima di iniziare a de-

cifrare i caratteri a stampa si debba sfondare lo schermo mentale dell'immagine. Le copertine dei libri fanno da richiamo e da anticipazione, da veduta d'insieme, da riassunto. Funzionano come le *affiches* che pubblicizzano gli spettacoli d'opera, il teatro classico e moderno, il varietà. L'immagine disegnata fa da tessuto connettivo di linguaggi e di luoghi di consumo diversi. L'illustratore è una sorta di regista: mette in scena le forme che possono attrarre lo spettatore; traduce nello spazio dei suoi sguardi ogni altro spazio. Albert Robida, ad esempio, fu al tempo stesso illustratore, scrittore, scenografo delle grandi esposizioni in uno spirito che potremmo definire già fantascientifico nel modo in cui rilegge passato e presente azzardando immagini future.

L'immagine ha dunque iniziato la sua fortunata funzione pubblicitaria. I manifesti della *réclame* già prima del Novecento pubblicizzavano merci, bisogni, desideri. Affissi alle pareti esterne della città, si mostrano ai flussi della folla come surrogati e insieme potenziale espressivo, moltiplicazione delle vetrine. Sono un volano dei consumi materiali che si serve di consumi immateriali. Sono l'anticipazione degli spot televisivi in un territorio che ancora coincide con quello fisico della metropoli. E sono anche al punto di congiunzione tra le arti che si commercializzano e il commercio che si estetizza. Charles Baudelaire (1863) aveva colto lo spirito della modernità nel "transitorio, il fuggitivo, il contingente, la metà dell'arte, di cui l'altra metà è l'eterno e l'immutabile". Il pittore della vita moderna è per Baudelaire colui che mira a "estrarre l'eterno dal transitorio", progetto che si traduce nel declinare le forme estetiche verso gli aspetti effimeri del sociale.

Un pittore colto come Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901) svolge un'opera che può essere considerata esemplare di tale processo. È autore di manifesti pubblicitari, illustrazioni su giornali e riviste, copertine di programmi teatrali, *réclame* di libri e di cabaret (nel 1893 dipinge *Au Moulin Rouge*). Nella pittura dell'impressionista

Edgar Degas (1834-1917) è evidente il tentativo di fissare gli aspetti effimeri e istantanei della vita contemporanea, sia per i soggetti scelti (ad esempio in opere come *Il caffè-concerto*, *Les Ambassadeurs* e *La scuola di danza*) sia per una sensibilità coloristica e un dinamismo delle forme che sembrano anticipare le sequenze cinematografiche. E non è un caso che Lumière, l'inventore del cinema, cioè di un dispositivo rappresentativo capace di rendere il carattere effimero e contingente della realtà, sia stato definito come l'ultimo pittore impressionista (Aumont 1989).

Vi è un nesso inestricabile tra impressionismo e civiltà metropolitana. La pittura impressionista è apparsa a Walter Benjamin una delle forme d'arte che meglio ha saputo interpretare ed esprimere sul piano percettivo l'esperienza della vita nella metropoli, caratterizzata abitualmente dallo spettacolo di un'indistinta folla in movimento:

> la tecnica della pittura impressionistica, che ricava l'immagine dal caos delle macchie di colore, sarebbe quindi un riflesso di esperienze divenute familiari all'occhio dell'abitante di una grande città (Benjamin 1936).

Le polemiche sollevate dal movimento degli impressionisti fanno tuttavia da indicatore dello scontro preliminare necessario a liberare le oggettive dinamiche contaminatorie della metropoli dalle mappe cognitive tradizionali (e anche dai loro rispettivi pubblici). Un gran numero di stampe, caricature e fotografie documenta ciò che esplode, a partire dalla seconda metà dell'Ottocento, nel rapporto tra esposizioni e pubblico, tra offerta e domanda, innovazione e gusto, nei mercati dell'arte, segmento non irrilevante di una società dello spettacolo che marcia verso l'immagine pubblica del cinema e del consumo collettivo.

Immaginario
Valentina Grassi

La comunicazione per immagini avviene attraverso l'impegno di due istanze che insieme costituiscono i mezzi espressivi dell'immaginario: la facoltà d'immaginazione e il patrimonio di simboli culturali. All'incontro tra i due, tra il processo di produzione mentale e il complesso di immagini condivise collettivamente, si colloca quello che comunemente indichiamo con il termine immaginario collettivo. Questa nozione ha un illustre passato di elaborazione teorica. Quello di immaginario, infatti, è un concetto di origine filosofico-antropologica il cui sviluppo deve molto alle teorie del filosofo francese Gaston Bachelard e del suo allievo Gilbert Durand. Gli studi sull'immaginario sono di natura complessa e coinvolgono diversi campi nel panorama delle scienze umane, dalla filosofia alla psicologia e all'antropologia, dalla sociologia alle neo-nate scienze della comunicazione. Il terreno d'indagine privilegiato è quello del funzionamento e dell'insieme dei simboli e dei miti che costituiscono il patrimonio collettivo di ogni società.

Le immagini, se intese come immagini simboliche, costituiscono istanze fondatrici di senso che permettono il rapporto tra uomo e ambiente. Un'immagine simbolica, o più semplicemente un *simbolo*, può essere indifferentemente un elemento iconico o discorsivo (figura, parola, sequenza cinematografica, immagine pubblicitaria). La sua caratteristica precipua è quella di possedere un senso figurato significativo e intrinsecamente motivato, che lo differenzia da un semplice segno (Dubois 1998). Un qualunque elemento assurge a simbolo nella misura in cui è portatore di una carica semantica che trascende il cosiddetto senso proprio e si inserisce all'interno del sistema di significazione immaginaria. Il simbolo, quale rappre-

sentazione di un senso indicibile, possiede un carattere polisemico ed enigmatico: esso è "l'epifania di un mistero" (Durand 1964). Il processo che permette l'attività di rappresentazione del simbolo (simbolizzazione) è l'*immaginazione simbolica*, attraverso la quale ci si appropria del senso figurato del simbolo, riconducendolo al livello del significato.

L'immaginario è un insieme relazionale di natura sistemica all'interno del quale i diversi simboli, anche con qualità opposte, interagiscono dinamicamente, chiarificandosi l'uno grazie alla presenza dell'altro. Mentre i simboli si differenziano nelle varie culture, l'immaginario serba aspetti universali e collettivi, gli *archetipi*, di cui i simboli sono manifestazioni visibili. Durand riprende quest'importante concetto da Carl Gustav Jung. Uno dei luoghi privilegiati in cui l'immaginario si esprime è il mondo dei miti. Il mito è un racconto che sviluppa un complesso di simboli e archetipi in una struttura discorsiva e dinamica ed è composto, allo stesso modo di un atto rituale, da una serie di ripetizioni che ogni volta ri-confermano il suo valore collettivamente significativo (Durand 1960).

L'interscambio continuo a livello dell'immaginario tra la dimensione soggettiva – con la sua facoltà individuale di rappresentazione – e l'ambiente circostante produce quello che Durand chiama *tragitto antropologico* (Durand 1960; 1994): è questo tragitto che rende conto della doppia valenza emozionale (per il singolo e per la collettività) dell'immaginario. Questo duplice volto delle immagini, nonché la loro caratteristica di essere sia sostanza delle rappresentazioni collettive che vettore di comunicazione, autorizza l'uso dell'espressione *immaginario collettivo* (Abruzzese 2001a). Com'è evidente, la dinamica immaginaria non attiene *stricto sensu* alla sfera della razionalità, ma più propriamente all'area affettivo-emozionale, che la rende particolarmente "sfumata" pur nella sua consistenza.

Le immagini sono onnipresenti: possono essere ludiche e condurci nel mondo dei giochi e dei parchi d'attrazione; possono essere mistiche e introdurci nel mondo della religione e probabilmente anche in quello della comunicazione di massa; possono essere affascinanti protesi della nostra percezione e farci entrare nel mondo della realtà virtuale. La proliferazione di immagini a cui assistiamo ogni giorno ci obbliga a conoscerne il funzionamento, per non trovarci disarmati di fronte al loro indiscutibile potere suggestivo e non restarne vittime.

Secondo Bachelard, le immagini costituiscono a livello psicologico delle "istanze prime": i concetti razionali nascono solo successivamente, come "opposizione" a quelle; l'immagine precede il pensiero (Wunenburger 1998). L'attività immaginativa dell'uomo è un processo attivo e creatore, anima il mondo conferendo agli oggetti un valore passionale atto a soddisfare desideri di natura psicofisica. Ma c'è dell'altro: al mondo del reale, suscettibile di essere studiato dalla scienza, l'immaginazione oppone il mondo dell'irreale, che possiede tuttavia la stessa consistenza, è *reale* quanto il primo (ib.).

Compiere uno studio sull'immaginario di una società o di un'epoca culturale significa individuare i miti conduttori che la percorrono. Il periodo di vita e di produttività di un mito è il suo *bacino semantico* (Durand 1994). Al termine del suo percorso vitale un mito può essere ristrutturato *in toto* in un altro contesto, se ne può amplificare un solo elemento o può cadere nella dimenticanza generale. Tuttavia non si assiste mai a una morte definitiva: alcuni elementi sopravvivono sempre nella memoria collettiva e ciò spiega il ritorno di figure dell'immaginario collettivo, che sono state "riscoperte" dai media di massa (si pensi al mito di Don Giovanni).

Una funzione fondamentale dell'immagine è quella di collocarsi al fondo dell'"essere insieme" comunitario, creando quella che Michel Maffesoli chiama "intelligenza immaginativa societale" (Maffesoli 1990) che è presupposto della

vita quotidiana e favorisce l'empatia dell'esperienza vissuta collettivamente. L'iconoclastia del pensiero occidentale trova una sua spiegazione nel desiderio di individualizzazione che lo ha percorso per secoli, ma solo a livello intellettuale: a livello della vita quotidiana, del vissuto di tutti i giorni, opera sempre la logica dell'immaginario, basata sulla condivisione di sentimenti estetici legati ai simboli della comunità, che in questi si riconosce e di questi vive. Un esempio della produttività immaginaria nella nostra società è dato da quello che Maffesoli definisce "mondo oggettale", cioè una proliferazione di oggetti (utili o superflui), che, oltre la loro identità d'uso, assumono un chiaro valore simbolico collettivamente riconosciuto. Tanto più che ogni prodotto industriale, anche dell'industria culturale, sfrutta l'immagine per essere diffuso o venduto: " È a partire da una tale ipotesi che si può comprendere il ri-incantamento del mondo che si opera nel nostro universo tecnicista" (Maffesoli 1993). In questo senso la tecnologia è iconofila, in quanto lo sviluppo tecnologico favorisce il reinserimento delle immagini all'interno del corpo sociale. Quello che avviene può essere interpretato come un movimento inverso rispetto al processo, previsto da Max Weber, di desacralizzazione e di "disincantamento" del mondo che ha caratterizzato lo sviluppo occidentale durante la modernità (Abruzzese, Borrelli 2000).

Nonostante la negazione razionale della dimensione immaginaria della vita sociale da parte del pensiero moderno, questa non ha mai smesso di operare, in silenzio, all'interno del vissuto quotidiano delle persone:

> filosofie ed estetiche del moderno tentarono di volta in volta di contenere se non di imprigionare il caos delle forme artistiche nell'ordine delle forme mentali, i corpi nelle idee, le passioni nella ragione… (Abruzzese 1995).

La tecnologia e il suo correlato principale, l'industria culturale di massa, costituiscono per la società moderna i più grandi ri-produttori dell'immaginario collettivo, a li-

vello locale e globale: oggi la funzione mitico-rituale dei simboli è assolta dalle immagini di produzione industriale. La dinamica propria dell'immaginario rende conto del funzionamento dei prodotti culturali di massa (Morin 1962); essi attingono alle forme archetipali e ai temi mitici per renderli *stereotipi*, secondo le esigenze tecnico-produttive di standardizzazione dell'apparato industriale. Tuttavia la natura individualizzata e creativa del consumo culturale lascia spazio a una certa originalità e innovazione, favorite anche da tendenze alla decentralizzazione e dalla concorrenza nel campo della produzione. Si ripresenta ancora l'alternanza tra perennità e cambiamento, tra la sostanza universale dell'immaginario e la sua facoltà di declinarsi nei diversi simboli culturali. In questo contesto l'apparato industriale ri-elabora i miti antichi e lo fa in funzione delle sue esigenze. Allo stesso tempo però deve obbedire inevitabilmente alla dinamica dell'immaginario collettivo, deve conoscere a fondo la fascinazione simbolica dei miti e, di volta in volta, carpire quali di questi possono essere ancora attivi e in quale forma.

L'immaginario nell'epoca della cultura di massa è profondamente intrecciato con l'evoluzione dei consumi e lo sviluppo delle tecnologie e delle forme dell'intrattenimento: "l'editoria e le arti figurative, poi il cinema e il fumetto, diventarono apparati produttori e diffusori di consumi a elevata qualità mitologica" (Abruzzese, Borrelli 2000). Se il complesso simbolico-mitico della civiltà dell'immagine passa attraverso le sue tecnologie, è utile ricostruirne l'archeologia in relazione ai luoghi immateriali del loro sviluppo.

La storia della fascinazione mitica dell'immagine sintetica trova le sue origini nel luogo della metropoli ottocentesca. È lì che il nuovo pubblico, la massa, entra in contatto con l'immagine artificiale, destinata a recuperare la funzione antropologica di integrazione del mito antico, e a rifondare nuovamente il legame comunitario che la complessificazione della società contribuiva sempre più a sfaldare.

> Accanto alla funzione di integrazione sociale e di mantenimento dei valori condivisi, l'immagine spettacolare traduce il sacro nella dimensione mondana della modernità dando corpo a una nuova mitologia che compensa il disincantamento del mondo e surroga valori di cui l'uomo moderno sente la mancanza e prova nostalgia (ib.).

Il territorio urbano ospita le grandi Esposizioni Universali, luoghi in cui le merci si mettono in mostra, trionfando come *totem* dell'immaginario collettivo della cultura di massa e annunciandosi come nuovi mediatori dell'esperienza simbolica del mondo. Nel momento in cui l'arte diventa progressivamente produzione industriale per un pubblico di consumatori, essa recupera al di là di ogni sospetto la sua funzione simbolizzante, a partire dalla fotografia fino ad arrivare allo schermo (cinematografico e televisivo). Questo processo è annunciato dal periodo delle esperienze delle avanguardie storiche e degli anni Trenta (Abruzzese 2001a): a partire da questo momento, la dicotomia tra cultura d'élite e cultura di massa viene superata nell'integrazione operata dalla società dei consumi. Ne è un esempio pregnante il cinema hollywoodiano che si afferma come il più grande produttore di divi, e quindi di miti, dell'epoca moderna.

L'industrializzazione della cultura produce una graduale estensione e una contemporanea riqualificazione del prodotto culturale, che assume *in toto* la funzione di surrogato estetico dell'"antica bellezza". La distanza tra l'arte e il pubblico, tra i simboli e la sacralità del loro significato collettivo, è progressivamente colmata dalla "volgarizzazione degli archetipi" compiuta dallo spettacolo di massa. Le immagini simboliche di produzione industriale si insediano in "un prodotto estetico, capace di operare, attraverso il suo semplice consumo, la fruizione degli archetipi" (Abruzzese 1973) e lo spettatore è re-investito del ruolo di protagonista dell'atto rituale. Ancora, la comunicazione di massa (e quindi i luoghi di produzione dell'immaginario) entra nell'ambiente domesti-

co attraverso la radio prima e successivamente la televisione, che insinua il linguaggio audiovisivo nelle pratiche quotidiane del consumatore, costituendo il nuovo luogo dell'estetizzazione dell'esperienza collettiva (Abruzzese 1995) e ri-confermando il sentimento comunitario. È questo l'ennesimo dei luoghi che la dinamica sociale offre al patrimonio di simboli, ma non certo l'ultimo, se è vero che l'immaginario collettivo sempre riafferma la sua urgenza culturale.

Immersione
Francesco D'Orazio

Quando si parla di immersione a proposito di processi comunicativi non si può fare a meno di pensare immediatamente a *Tron*, William Gibson e Jaron Lanier. *Tron*, della Disney (1982), è il film che per la prima volta ci ha mostrato la "matrice". Gibson ci ha raccontato la vita immersi nel cyberspazio (anche se, prima di lui, già Vernor Vinge ne *Il Vero nome*, pubblicato nel 1981, ci aveva fatto fare un'incursione nell'"Altro Piano"). Infine Lanier, che ha coniato il termine "Realtà Virtuale" ed è il fautore del progetto "Tele-immersion" legato all'implementazione di Internet. Ma queste associazioni ci restituiscono un'interpretazione del termine "immersione" alquanto ristretta che rischia di farci perdere informazioni importanti.

L'idea di immersione ha sempre dimostrato di possedere un potere esplicativo molto versatile ed è stata impiegata nei campi più disparati, dalla psicologia del misticismo religioso, alla fenomenologia della percezione fino alla teoria generativa del senso. Ciononostante, con l'esplosione del dibattito sulla Realtà Virtuale, tra la fine degli anni Ottanta e l'inizio dei Novanta, la sua portata semantica sembra essere stata ridotta esclusivamente a quel tipo di esperienza. Questa identificazione ha indebolito la riflessione sui mutamenti delle forme comunicative e ha impedito di illuminare il processo di formazione di un territorio comunicativo immersivo trasversale ai linguaggi e alle tecnologie, agli ambiti lavorativi e alle identità. Per capire come stanno le cose cerchiamo di mettere da parte l'interpretazione riduttiva di "immersione" e proviamo invece a considerarla non in relazione a uno specifico supporto tecnologico o linguistico ma come una particolare modalità cognitiva in grado di influenzare diversi tipi di fenomeni comunicativi. Ci rendiamo conto allora di come

l'immersione sia la logica che guida il cambiamento in una serie di ambiti come il cinema, le tecnologie audio, il museo, i videogame, le arti figurative, gli spazi del consumo, le forme architettoniche della metropoli, le forme della ricerca scientifica.

Ma vediamo esattamente di che si tratta. I processi comunicativi immersivi si fondano sulla sensazione, virtuale o effettiva, di trovarsi all'interno di un ambiente e di poter interagire con esso. La comunicazione immersiva è basata sulla progettazione di un sistema spaziale (materiale o immateriale) e sulla programmazione di procedure di interazione con esso. Si tratta di fabbricare universi, di produrre un "ecosistema linguistico", un "linguaggio-habitat" (Brancato 2000). In altri termini, l'immersione consiste nella progettazione di un'esperienza il cui senso viene costantemente rinegoziato attraverso la performatività e quindi la corporeità del soggetto immerso in quell'ambiente. "Spazio" e "corpo" sono il nucleo del concetto di immersione. Non è un caso che essi siano anche il cuore del concetto di "esperienza". La radice indoeuropea della parola "esperienza" è **per* (in greco *peira*). La stessa radice è comune anche a *perao* che significa "passo attraverso" e a *péras* –"limite". Lo spazio nasce dal limite. Nell'*apeiron* (il Tartaro), il luogo in cui non esiste alcun limite, non esiste neanche lo spazio e quindi non è possibile l'esperienza (Violi 1991). Ma il "limite" e lo "spazio" esistono a loro volta solo a partire dall'esperienza del "corpo", che ne è la matrice (Cardona 1985). Il concetto di immersione e quello di esperienza sono legati alla medesima radice: il corpo e lo spazio. La qualità cognitiva dell'immersione non è né la visione, né l'ascolto, né il tatto ma l'esperienza. Con l'immersione si apre il conflitto tra i "linguaggi della scrittura" e i "linguaggi dell'esperienza" (Abruzzese 1996). A *Flatlandia*, nel romanzo omonimo di Edwin A. Abbott del 1884, si scatenò un conflitto simile. Un Pentagono, dopo aver scoperto per caso i segreti della fabbricazione del colore, dette vita alla Sedizione Croma-

tica. Il Quadrato protagonista del romanzo racconta come la Rivolta del Colore stravolse la cognizione stessa che gli abitanti di Flatlandia avevano di se stessi e rovesciò le gerarchie sociali. L'Arte del "Sight Recognition", che richiedeva un'istruzione più elevata ed era stata da sempre appannaggio dell'élite, cedette il passo all'arte del "Coulor Recognition", una tecnica molto più facile da imparare la cui diffusione rese sempre meno accettabile il monopolio aristocratico del sapere e di conseguenza la distinzione tra classi. Purtroppo per i Cromatisti, in seguito le cose non continuarono ad andare così bene. Dopo qualche anno la Sedizione Cromatica fu repressa e l'arte della fabbricazione del colore divenne una tecnologia esoterica i cui misteri furono rinchiusi nella mente di un unico essere vivente, il Capo dei Cerchi, i sacerdoti di Flatlandia.

Lo sviluppo diffuso dei "linguaggi dell'esperienza" non implica solo un transito comunicativo ma soprattutto un transito cognitivo. Si abbassa la soglia di accesso alla comunicazione e la qualità del processo diventa eminentemente corporea. L'immaginario fantascientifico, soprattutto quello cyberpunk, ha intuito precocemente le potenzialità cognitive dell'immediatezza epidermica e ha dotato i suoi uomini delle interfacce più avanzate per immergersi: sim-stim, sand benders, squid, bioporte ecc. Proprio l'interfaccia, in questo caso, ha un'importanza fondamentale. A partire dalla lingua che usiamo per comunicare, fino alle altre tecnologie con le quali estendiamo il nostro dominio sensoriale sul mondo, ci serviamo continuamente di strutture di mediazione che, per il fatto stesso di esistere, ci permettono di pensare distintamente un Io e un Mondo. Più queste strutture sono sofisticate, più diventano sottili e trasparenti fino a che non riescono a simulare un rapporto tattile col mondo. Il massimo dell'artificiale coincide col massimo della naturalezza. Infatti, è solo quando l'interfaccia diventa impalpabile che essa diventa tattile, cioè simula un rapporto diretto tra corpo e mondo. Il vantaggio di un'interfaccia simile sta insomma nel poter gestire l'informazione in modo tattile. Ma prima, è ne-

cessario tradurla in un ambiente interattivo. Questo è esattamente quello che fanno ad esempio i database 3D, architetture di visualizzazione dell'informazione nate dalla sinergia tra le tecnologie di database, il linguaggio Java e il VRML (Virtual Reality Modeling Language). Ma l'efficacia di questa modalità di gestione del sapere era già nota ai teorici dell'arte della memoria. Simonide di Ceo proponeva di tradurre i ricordi in "imagines" e di collocarle poi in diversi "loci" di un'immaginaria struttura architettonica. Il ricordo sarebbe scaturito poi dalla rivisitazione mentale della struttura dell'edificio. Sfruttando lo stesso meccanismo, Quintiliano proponeva di utilizzare "un grande palazzo diviso in molte stanze", mentre Mitridoro di Scepsi aveva elaborato un sistema memoriale basato su uno zodiaco suddiviso in 360 luoghi (equivalenti ciascuno a un grado del piano dell'ellisse). "L'uomo che non dimenticava nulla", caso studiato dallo psicologo Alexandr Romanovič Lurija, aveva una tecnica che coniugava il criterio spaziale a quello esperienziale e consisteva nella costruzione di narrazioni a partire dai vari elementi da ricordare (Cardona 1985). Come i database 3D, le mnemotecniche si fondano su un principio molto semplice: organizzare l'informazione in termini spaziali in modo da favorire l'istituzione di rapporti logici tra i vari elementi a partire dalle loro reciproche posizioni spaziali. In altri termini, costruire i presupposti per narrazioni. Se nel caso delle mnemotecniche queste narrazioni si snodano nella mente, nell'immersione si incarnano in performance corporee, diventando così esperienze. Ma c'è un'analogia anche più profonda che lega le architetture dei palazzi della memoria alle architetture del ciberspazio:

> esse riflettono più profondamente anche il desiderio che condividiamo con i maghi ermetici del Rinascimento: conoscere il mondo e le sue informazioni intrappolandolo in una rappresentazione virtuale che possiamo manipolare (Davis 1998).

Le tecnologie e i linguaggi immersivi sono gli strumenti attraverso i quali convertiamo i saperi informati dai

“linguaggi della scrittura” in saperi “abitabili”, accessibili attraverso l’esperienza. Possiamo comprendere il senso di questa trasformazione solo se la consideriamo come uno sviluppo ulteriore dello “snaturamento fantasmatico” della scrittura avviato dal cinema. In altri termini, dobbiamo considerare l’immersione come una strategia integrativa del pubblico basata sull’esaltazione della dimensione patica, del coinvolgimento corporeo e della performatività del processo comunicativo. Ed è proprio sul potenziamento di questi aspetti che i media di massa come la tv e il cinema stanno puntando per sopravvivere ai processi di demassificazione.

Industria culturale
Alberto Abruzzese

Intendiamo per industria culturale l'insieme degli apparati di produzione, distribuzione e consumo di beni culturali che, per quanto diversi nella qualità dei mezzi impiegati e dei pubblici a cui si rivolgono, funzionano in modi e forme integrate sino a comporre una sola macchina, un solo sistema complesso. Una complessità che Edgar Morin fa coincidere con lo spirito del tempo moderno nel suo saggio sulla cultura di massa, uscito nel 1962 e pubblicato in Italia dapprima con il titolo *L'industria culturale* e poi finalmente con il suo titolo originario (2002).

La crescita economica e tecnologica dell'industria culturale si è configurata sin dalle proprie origini metropolitane come iniziale conflitto tra culture delle élites – legate alla tradizione e svincolate dalle leggi del mercato – e culture dei consumi, affermatesi con i primi processi di industrializzazione e massificazione. Significative in tal senso, anche per le origini della pubblicità, sono le pagine di *La democrazia in America* (1835-40), in cui de Tocqueville sintetizzava le caratteristiche innovative della letteratura, del giornalismo e più in generale della comunicazione in un'economia di mercato, anticipando di quasi un secolo le analisi di Walter Benjamin sulla riproducibilità tecnica e sulla società dello spettacolo.

La definizione teorica di industria culturale appare consolidata da tempo, soprattutto grazie al punto di vista negativo (come "mistificazione di massa" dello sviluppo tecnologico, delle componenti autodistruttive del capitalismo e dell'Illuminismo, della modernizzazione), che con grande sapienza analitica Theodor Adorno e Max Horkheimer espressero negli anni Quaranta: "Film, radio e settimanali costituiscono un sistema. Ogni settore è armonizzato in sé e tutti tra loro" (Horkheimer, Adorno

1947). Tuttavia l'identificazione del sistema o dei sistemi dell'industria culturale non ha trovato applicazioni adeguate sul piano della storia della cultura, che invece insiste ancora su storie ed estetiche settoriali, lasciando divisi – e spesso tra loro inconciliabili – oggetti e metodi dell'analisi (Forgacs 1990).

La ricerca storica ha avuto spesso il merito di fornire più o meno consapevolmente la documentazione delle relazioni tra diversi linguaggi espressivi, diversi livelli culturali, diversi momenti della produzione, della distribuzione e del consumo in un quadro omogeneo di processi industriali e sociali. Per certi aspetti, infatti, il termine industria culturale e il termine mass media si equivalgono: la pubblicità si è sviluppata attraverso i mezzi espressivi di massa (stampa, manifesti, fotografia, cinema, radio, televisione) e le loro risorse, esibendo sempre più le relazioni profonde tra mercato e apparati culturali (Codeluppi 1989), sino a divenire una risorsa di base per l'intero sistema, quindi parte integrante dei suoi processi di socializzazione (Morcellini 1986).

Industrial design
Fabrizio Carli

La traduzione letterale di *industrial design* è disegno industriale. Spesso lo stesso concetto è espresso mediante una contrazione che, più o meno volontariamente, centra l'attenzione sugli aspetti "artistici" di questo specifico filone di progettazione tralasciando quelli legati alla sua collocazione in ambito industriale. La definizione di industrial design diventa allora quella di design. In tutti questi casi vale lo stesso tipo di definizione: progetto estetico dedicato alla produzione in serie di oggetti d'uso e orientato alle opportunità del mercato.

Sinteticamente la storia dell'industrial design attraversa tre diverse fasi storiche: quella in cui l'oggetto industriale è accompagnato da motivi ornamentali classici, quella in cui prevale la funzione (l'oggetto non deve possedere inutili ornamenti e la sua forma deve rispecchiare direttamente la funzione) e la fase in cui si sviluppa un paradigma scientifico che orienta il disegno alla funzione ma anche agli aspetti ornamentali necessari a rendere più appetibile l'oggetto.

È necessario, tuttavia, soffermarsi sul design come progetto di comunicazione, per lo più trascurato dagli studi tradizionali di questo settore.

Il rapporto che lega l'oggetto artigianale al proprio utilizzatore è di tipo specifico: colui che nelle odierne società occidentali lo acquista, acquisisce con esso la sua tracciabilità storica e funzionale. In altre parole, le informazioni sulla storia e sulle modalità di funzionamento dell'oggetto artigianale lo seguono mediante il rapporto che intercorre tra utente e artigiano o tra utente e strutture commerciali impegnate nel rappresentare culturalmente alcuni tratti dell'opera. Per questo motivo l'oggetto artigianale può assumere forme e motivi non conformi alle nostre aspettati-

ve. Quando il rapporto tra tracciabilità dell'oggetto artigianale e utente viene meno l'oggetto si è ricollocato, con ogni probabilità, su un nuovo piano di senso (come nel caso del collezionismo).

L'oggetto industriale, invece, è caratterizzato dalla sottrazione delle specificità informative presenti in quello artigianale. Il sistema della comunicazione sulle modalità d'uso e sulla provenienza si è trasferito su un supporto altamente specializzato: quello delle istruzioni per l'uso che accompagnano l'oggetto. La prima comunicazione che l'oggetto deve offrire (una comunicazione che possiamo definire di primo livello) è riferita alla sua funzione. Per attuare questo servizio, il design deve comunicare la propria destinazione d'uso fornendo all'utente un servizio d'interfaccia capace di predisporlo psicologicamente a un determinato rapporto con l'oggetto e a una determinata modalità di utilizzo di questo. Il design costituisce, quindi, la prima forma di comunicazione e di interfacciamento con l'oggetto: nella misura in cui l'oggetto comunica efficacemente la propria destinazione d'uso, attraverso un disegno funzionale, il suo design sarà utile allo scopo per cui è stato pensato. Le istruzioni per l'uso allegate svolgono allora un compito di approfondimento sulle funzioni, una sorta di comunicazione di secondo livello. Se il primo livello di comunicazione non è stato soddisfatto, se l'utente non ha compreso la destinazione d'uso dell'oggetto, il secondo può non attivarsi.

Nonostante la pretesa naturalistica di voler associare forme e materiali a tendenziali modi d'impiego, ci sembra che nel campo della funzionalità prevalga la regola della coazione a ripetere in modo da legare, per mezzo di abitudini percettive, forme e materiali a determinate funzioni. Una volta sedimentata quest'associazione si potranno proporre delle varianti di innovazione spingendo il prodotto, in taluni casi, fino a porlo in un campo che è quello dell'oggetto artistico (è il caso di molti dei contemporanei oggetti di design).

Al fine di ottenere un sistema di associazioni stabili il design è supportato da discipline come l'ergonomia e soprattutto l'ergonomia cognitiva che, oltre a predire le possibili associazioni di forma e destinazione d'uso, si occupa di monitorare sul corretto utilizzo dell'oggetto (sulla sua capacità di comunicare la destinazione d'uso) in modo da prevenire quella che Umberto Eco definisce "decodifica aberrante" nel processo comunicativo (Eco 1975). Questa comunicazione "blindata" ha principalmente due scopi: la sicurezza (l'oggetto non deve essere mal interpretato e la sua funzione non deve essere scambiata, più o meno volontariamente, con altre funzioni) e la salvaguardia del circuito di circolazione delle merci (gli oggetti non devono essere ritenuti sostituibili con altri oggetti).

Il design è quindi a tutti gli effetti un progetto per la comunicazione dotato di sintassi e di percorsi narrativi veri e propri che oltre a comunicare funzioni e destinazione d'uso suggeriscono all'utente atteggiamenti da tenere e comportamenti da adottare non solo in relazione all'oggetto ma più in generale rispetto all'ambiente circostante. In questo senso, si parla di una vera e propria acquisizione di status dell'utente che gli proviene dal rapporto con l'oggetto. Questo processo di transizione di informazioni riguarda così esplicitamente le discipline interessate alla comunicazione da divenire materia di studio della semiotica (Semprini, a cura, 1999; Landowsky, Marrone, a cura, 2002) che indaga gli aspetti emotivi e narrativi del design.

Infanzia
Giovanni Fiorentino

Non sono in molti a parlare dell'originale alterità dell'infanzia. Molti meno sono coloro che ne rispettano l'imprendibile identità e si pongono in sintonia con il loro mutevole mondo. Il confronto con l'agenda mediale ci offre un catalogo semplificatorio del bambino – maschi e femmine, biondi o bruni, bianchi o neri – che tiene conto delle esigenze del mercato dello spettacolo, del consumo immaginario del pubblico delle comunicazioni di massa. Il bambino mediale è sostantivo dal richiamo emotivo, seduzione ideale, contenuto quotidianamente abusato, espediente narrativo, oggetto retorico per televisione e giornali, pubblicità e informazione, immagine spettacolo funzionale alle esigenze dei consumi visivi. Da una parte i bambini del commercio sessuale, dello sfruttamento minorile, il bambino del rapporto Unicef, delle grandi tragedie da incorniciare in copertina, dell'infanzia quotidianamente negata (Resta 1998). Dall'altra il lattante esteticamente perfetto di Pampers e Prenatal, i bambini yogurt, angeli plastificati dal sorriso inossidabile, testimonial universali per dolciumi e automobili, giocattoli e detersivi, abbigliamento infantile e finanziarie multinazionali. L'immagine mediale del bambino, oltre rischiare una tacita assuefazione, narcosi neppure nascosta della pubblica opinione, costringe il mondo dell'infanzia a sterilizzarsi sempre più in un insieme di lemmi, figure rigide, stereotipi, codici prestabiliti e riconoscibili. L'ansia del consumo mediale si nutre essenzialmente di due immagini del bambino, contrapposte e funzionali tra loro (La Cecla, a cura, 1996). Schiacciato tra perfezione e violenza, disagio estremo e artifici del consumo, nascosto tra una dimensione estetica e un'altra etica, annullato dalle versioni forzate degli adulti e dei

media, il bambino è ridotto a conduttore di emozioni, *passe partout* per le aspettative del pubblico.

In effetti la breve storia dell'icona bambino (Richter 1987; Becchi, Julia 1996), che trova radici nell'Ottocento del ritratto borghese, è intimamente connessa all'autorappresentazione dell'adulto. L'istante infantile è parte della nostra memoria che lo rilegge, lo manipola, lo reinventa. L'immagine dei bambini – quella della pratica e della fruizione collettiva di massa – oscilla continuamente tra una visione nostalgica della memoria adulta e una costruzione ideale dell'umanità. Versione infranta dall'esposizione degli infiniti figlicidi sparsi ovunque, dove la rottura dell'incantesimo non fa che rincorrere e recuperare nell'ideologia collettiva il mito stolidamente infranto. Il bambino rappresentato dai media rincorre l'infanzia del mondo, l'età ingiustamente corrotta, è la proiezione del desiderio adulto, la pratica di un esorcismo che intende allontanare la fine dell'infanzia. È la trappola di un'immagine atemporale, artificiale, universale che è anche quella di un bambino consumatore e consumato. Che rende l'infanzia eterna, o comunque ne denuncia terribilmente l'approssimarsi della conclusione.

In effetti il tempo dei bambini, privo del controllo, è dilatato all'infinito nello spazio del gioco. I bambini vivono il tempo intensamente sfidandolo di continuo, con la morte ci giocano vivendo la stagione dell'eterna possibilità (Agamben 1975), sbeffeggiando l'obiettivo della produzione mediale. L'immagine simula, finge, imita, ricrea, costruisce mondi autosufficienti, il bambino simula, finge, imita, ricrea, ricostruisce mondi autosufficienti e ci gioca. I bambini giocano (e si mettono in gioco) *hic et nunc*, rendono semplicemente merce la macchina mediale, desacralizzano, smascherano il dispositivo foto-cine-televisivo, rendono fallibile la scena, lo schermo con una smorfia, sbeffeggiano le lenti dell'obiettivo generando una vertigine difficilmente controllabile. Di un bambino elusivo, complesso da scorgere senza almeno provare a liberarsi

delle immagini prefabbricate che portiamo radicate in noi, si parla da poco (Becchi, Julia 1996). Forzare le cornici dei media diventa essenziale per poter reintegrare lo sguardo nel mondo, attivare una sensibilità non più condizionata dalla razionalità prospettica dell'occhio occidentale, un nuovo atteggiamento quasi antropologico nei confronti dell'infanzia che permette di scoprire, oltre la necessità fisica del moto, un'esigenza assolutamente mentale del viaggio, che è allo stesso tempo mobilità mentale, nomadismo essenziale, necessità di *spielraum*, predisposizione naturale al gioco e a rimettersi in gioco. L'evocare un bambino multimediale che vive una relazione elettiva con i nuovi media (Maragliano 1996) non tiene completamente conto di un essere da sempre nomade, per sua natura incontro con le potenzialità dell'immaginario, con le radici delle immagini e del suono, con le molteplici opportunità di apprendimento negli universi della simulazione. In sintonia con le potenzialità del mutevole, dell'indeterminato, il bambino traccia le traiettorie del viaggio, è il segnale più evidente della mobilità mentale come scelta di vita, è la natura nomade che ha varcato anzitempo le frontiere della civiltà digitale (Fiorentino 2000). È lui a rimandare alla necessità di un nomadismo educativo da rigenerare in relazione allo spazio invisibile delle conoscenze, dei saperi, delle potenzialità del pensiero. Lo spazio mutevole che appartiene alla sensibilità nomade dell'infanzia trova di fronte un adulto perennemente disorientato dalla natura del bambino, dalla coincidenza tra vita e possibilità che invano cerca di arginare in tempi e spazi limitati, provando a modellarlo, costruirlo, inscatolarlo nelle rigide confezioni preparate per lui (Semeraro 2002).

Intellettuale
Alberto Abruzzese

Il termine “intellettuale” ci dice qualcosa di meno preciso e univoco di industria culturale. Analizzare il rapporto tra intellettuali e industria culturale potrebbe anche volere dire analizzare solo i modi in cui i processi di industrializzazione della cultura hanno strutturato la qualità di forme di lavoro come quelle dello scrittore e del regista, ma anche del musicista e dello scenografo, del giornalista oppure dell’economista sino ad arrivare all’imprenditore: tutte attività di tipo intellettuale. E sarebbe già questo un compito assai arduo da realizzare (e ancora di fatto mai affrontato in modo sistematico e complessivo). Come ha fatto Walter Benjamin, spintosi a inquadrare le sue analisi della cultura di massa e dei suoi valori proprio nei processi di proletarizzazione del lavoro intellettuale. Ed è questo l’approccio teorico che gli ha consentito di dare una valenza politica innovativa, critica, alla sua storia e sociologia dell’industria culturale.

Il termine “industria culturale” emerge negli anni Cinquanta e dunque all’inizio di un nuovo ciclo dei mercati culturali di massa, quando lo sviluppo moderno ha ormai solidificato i processi di divisione e specializzazione del lavoro intellettuale in vere e proprie mappe istituzionali, organizzative e professionali. Del rapporto tra intellettuale e industria culturale è stata data una lettura quasi obbligata, suggerita dai modi in cui essa, nei suoi due secoli e più di storia, è stata percepita dagli attori sociali dei sistemi culturali e delle agenzie di socializzazione che ne restavano al di fuori (in posizione distinta, o per troppo potere, ad esempio gli apparati politici e i ceti dirigenti, o per troppo poco potere, ad esempio la scuola e il sottoproletariato). Il legame da individuare è dunque quello tra l’industria culturale e le figure che più avrebbero dovuto e ancora

dovrebbero sapere interpretarne le forme e i contenuti, dunque appunto l'uomo di cultura e, a partire dagli anni Trenta, l'intellettuale, la cui configurazione sociale in quegli anni (e definitivamente nel secondo dopoguerra) assume il carattere di un ceto colto che, a fronte di chi comanda la società industriale, non si sente più protagonista della storia, ma o fiancheggiatore o professionista o salariato o al massimo testimone (consenziente o critico che sia).

Alexis de Tocqueville, che ha scritto straordinarie analisi sull'industria culturale americana quando essa era nella sua fase embrionale, certamente non è la stessa figura di intellettuale avanzata dal Popper di *Cattiva maestra televisione* (1994), che il giornalismo militante di sinistra, dopo la vittoria elettorale di Silvio Berlusconi nel 1994, si è impegnato a propagandare in Italia con tutto il consenso delle figure più tradizionali dell'intelligenza nazionale, da Norberto Bobbio a Giovanni Sartori.

E neppure il percorso socioantropologico di Edgar Morin può essere accostato, per profondità e fascinazione, al percorso compiuto da quei pochi autori che – si pensi a Giovanni Bechelloni – comunque ebbero il merito e furono in grado di sfruttarlo per addolcire le resistenze della sociologia italiana nei confronti del *loisir*; a questa dimensione di consumo ma anche di piacere, faceva riferimento il titolo del libro di Morin che in Italia fu invece tradotto, alla sua prima edizione, in *L'industria culturale* (1962).

Ancora: Edgar Allan Poe, dando inizio alla strategia dei generi di consumo in base a una vera e propria teoria del pubblico di massa, non influenza sostanzialmente la rivoluzione culturale dell'Umberto Eco di *Apocalittici e integrati* (1964), che studia i mass media e le loro strategie di intrattenimento sociosemiotico, ma tuttavia non ne esprime in tutto la soggettività anche quando ne ricalca le forme narrative.

Usando il termine "intellettuale" già pratichiamo una censura preventiva, un taglio convenzionale, cioè prevalso nel senso comune: non pensiamo al lavoro professionale

(sia esso ad esempio quello del medico o del giudice, ma anche quello del docente di comunicazione). Pensiamo invece a un lavoro intellettuale che si esprime in sanzioni e sentenze, a una produzione e trasmissione di conoscenze che hanno statuto di verità: pensiamo a un sapere sapienziale, a un pensiero critico che gode di grande consenso. Si tratta di personaggi cui l'opinione pubblica attribuisce il ruolo di testimoni e controllori della società civile. Essi possono parlare a nome del principe o contro la sua volontà, ma fanno comunque parte di un unico sistema di potere, sono parte dei suoi conflitti.

La storia sociale della cultura ci rivela il modello di sviluppo di queste figure carismatiche: perché esse possano assolvere il loro compito persuasivo o dissuasivo di fronte ai mutamenti sociali, debbono potere disporre di *appeal* intellettuale, ma anche di forti sistemi di appartenenza, di potenti casse di risonanza, di grandi mezzi di visibilità. Sotto questo profilo parlare di intellettuali della scuola o dell'università o dell'associazionismo non è la stessa cosa che parlare di intellettuali della stampa, dello spettacolo o della TV: ciascuna di queste fasce dispone di spazi diversi, di aree di influenza tra loro connesse ma spesso anche incommensurabili.

Nel caso specifico, il ruolo arbitrale degli intellettuali sulle forme dell'industria culturale funziona grazie a una spaziatura istituzionale (sostanzialmente priva di visibilità pubblica e quindi legata a clientele, a forme di potere lobbistico, a strategie di gruppo, a dispositivi giuridici) e a due spazi mediatici – la TV e la stampa – per più aspetti simili, ma di diverso grado espressivo e quindi di diversa qualità sociale. Per quanto riguarda il primo spazio, la comunità dei mediologi e dei comunicazionisti in Italia ha mostrato tanto una scarsa visibilità accademica quanto una forte ininfluenza sociale, anche per responsabilità dell'assai debole e incoerente sistema italiano di relazioni tra ricerca scientifica e apparati pubblici o privati. Per quanto riguarda il secondo spazio, quello della stampa (più che

della radio), tranne casi rari e sporadici non è stata la comunità dei competenti in comunicazioni di massa a determinare l'immagine pubblica del rapporto tra intellettuale e industria culturale quanto piuttosto la comunità dei letterati, del giornalismo culturale e dei critici di professione. Dunque ceti e gruppi appartenenti ai saperi, valori e interessi della scrittura. Tanto che la questione che stiamo qui trattando potrebbe essere affrontata direttamente dentro la cornice dei conflitti di potere tra apparati della stampa e apparati della TV (per inciso: in Italia è la pubblicità televisiva – vero e proprio anti-cristo per gli intellettuali – a far sopravvivere la stampa, e dunque è la ricchezza dei consumi a fornire mezzi di espressione alle culture scritte).

La ricorrenza di articoli, servizi, interventi e dibattiti con cui le pagine culturali dei quotidiani e dei settimanali aggrediscono le forme di produzione e consumo dei programmi televisivi mostra la natura di classe del conflitto tra intellettuale e industria dei consumi: contro le forme di lavoro mercificato e serializzato dei mass media si sollevano i testimoni e controllori che appartengono alle culture professionali e politiche della tradizione. A questa dinamica di base si aggiunge il consenso che tali posizioni conquistano non solo nell'ancora vasta nicchia di pubblico che le culture tradizionaliste e anti-moderne rappresentano, ma anche nel più vasto insieme di pubblici costituito dai gruppi di opinione delle agenzie di socializzazione più turbate dai mutamenti della civiltà dei consumi e dalle strategie di mercato, come ad esempio le scuole o le famiglie o le chiese. Ed è il valore di mercato di tale spirito anti-industriale che rende possibile il passaggio di queste stesse posizioni dalla stampa (dove sono relativamente organiche al mezzo in cui si esprimono e all'impaginazione gerarchica che le ospita) alla TV, cioè allo spazio generalista in cui il rapporto tra intellettuale e industria culturale viene messo in scena ma in un insieme complesso di altri racconti esemplari, entrando così nei più vasti e molteplici conflitti politici del sistema-Italia.

Riassumendo: nel rapporto che stiamo tentando di individuare si possono distinguere almeno *quattro livelli.*

Il *primo livello,* il più angusto, ma al tempo stesso – per l'influenza che esercita sugli altri – forse anche il più rilevante dal punto di vista sociopolitico, è il livello gestito dai gruppi intellettuali che, in posizione apparentemente esterna, giudicano e sanzionano la qualità dei prodotti dell'industria culturale. Qui, soprattutto in Italia, hanno avuto gioco e tuttora prevalgono posizioni che tendono a mortificare o rimuovere le funzioni dell'industria culturale.

Il *secondo livello* occupa l'area di lavoro intellettuale impegnato negli apparati di produzione e distribuzione dell'industria culturale. Come si è già detto, è qui impossibile analizzare la diversa resa che queste forme di lavoro hanno avuto venendo a contatto con le logiche e le strategie della produzione industriale e dei suoi mercati. Potremmo tuttavia sottolineare un dato di fatto: i settori trainanti dei consumi di massa impongono una forte modificazione del lavoro intellettuale di stampo umanistico e letterario. I punti di crisi dei mercati culturali sono dunque assai spesso determinati dalla rigidità delle pratiche e dei modelli incarnati nelle professioni tradizionali del lavoro intellettuale. Tali modelli non sono attestati né sull'omogeneità né sulla diversificazione degli standard richiesti dalla qualità di "sistema integrato" che dovrebbe contraddistinguere una industria culturale matura. La frizione tra lavoro intellettuale e routine produttive (il diverso grado di integrazione di questo difficile rapporto) è la causa della diversa qualità espressiva che separa tra loro le forme testuali della letteratura popolare, dello spettacolo, del giornalismo, della fiction cinematografica, del fumetto, della serialità televisiva, dell'intrattenimento, della pubblicità, della moda.

Non a caso nei settori più avanzati dell'industria culturale (moda, pubblicità, marketing della comunicazione) la qualificazione di intellettuale è ormai vista come requisito improduttivo, negativo, come handicap. A quello di intel-

lettuale si è ora sostituito da tempo il requisito positivo, e anzi irrinunciabile, di *creativo*.

Il *terzo livello*, infine, occupa la zona del consumo produttivo, virtualmente estesa alla totalità di *quasi* tutti i consumatori, ma – relativamente all'oggetto del nostro discorso – questo livello è assai meno leggibile dei due precedenti. Conseguentemente al passaggio dalla società industriale a quella post-industriale, dal lavoro fordista al lavoro post-fordista e dalla centralità della produzione alla centralità del consumo, lo sviluppo dei *new media*, ripetiamo, tende tuttavia a fare emergere proprio il rapporto tra consumatore e industria culturale fuori dai vincoli autoritari del rapporto tra offerta culturale e intellettuali di regime o di professione.

Ora la forma del lavoro intellettuale che va realizzandosi attraverso le reti digitali si disincarna dalle vecchie specializzazioni della cultura; si personalizza, si decentra e dilata con il dilatarsi stesso dei processi di smaterializzazione delle mappe, dei territori e dei simulacri collettivi della società industriale. Le icone e i canoni dell'intellettuale restano sempre più vincolati alla sua radice moderna. In contesti realmente post-moderni l'identificazione di un attore sociale definibile come intellettuale tende a evaporare: l'identità dell'intellettuale – risultato di una parcellizzazione del ruolo sociale della cultura e al tempo stesso di un suo automatico arroccamento in posizione oppositiva rispetto alla natura globale del sistema di appartenenza – viene assorbita dai vasti processi di disidentificazione messi in opera dal cyber-space, che nella sua forma di intelligenza collettiva si annuncia come il futuro *quarto livello*, globale e al tempo stesso locale, delle relazioni tra la persona e il mondo delle sue stesse rappresentazioni.

Intelligenza connettiva
Stefania Parisi

L'idea e la constatazione (o la semplice intuizione) dell'esistenza di una "intelligenza" o "conoscenza" che fosse in qualche modo posta al di sopra dei singoli individui e delle singole menti ha trovato una prima importante formulazione nel concetto marxiano di *general intellect*. Il *general intellect* è in questa accezione una sorta di sapere astratto, una conoscenza impersonale incarnata nella scienza e nelle discipline che si sedimentano nel corso del tempo. Dunque un pensiero senza portatore, che sta prima del soggetto, gli preesiste, si qualifica storicamente e informa di sé la vita stessa di una società, istituendo gerarchie e relazioni, anche di potere (Marx 1857-58). Un'idea, è evidente, estremamente stimolante, densa di possibili ricadute e suscettibile di numerose e creative rivisitazioni e reinterpretazioni adeguate ai cambiamenti sociali. Quasi un concetto-immagine, la cui portata simbolica e suggestiva è tale da porlo all'origine di molte metafore di successo ancora in quest'epoca. Con i necessari "aggiustamenti".

Il panorama schiuso dalla comparsa dei nuovi media – e della rete in particolare – è un palcoscenico ideale per il rinnovato protagonismo di quest'idea. Alla luce, però, di un'indispensabile rielaborazione e di una sua attualizzazione critica. La rete si presta cioè a fornire la cornice per un'interpretazione "operativa" e profondamente rinnovata del concetto di *general intellect* in due sensi. Il primo, e il più ovvio, deriva dalla definizione di Internet come luogo di consultazione dell'accumulazione del sapere collettivo generale (per quanto ancora in buona parte si tratti di un sapere "occidentale"): basti pensare alla fortunata metafora della "biblioteca mondiale", lo spazio immateriale per la fruizione pratica dei prodotti del *general intellect*. Il secondo è il senso a par-

tire dal quale si sono sviluppate le teorie dell'intelligenza collettiva di Pierre Lévy e dell'intelligenza connettiva di Derrick de Kerckhove.

Questa seconda linea-guida vede la rete come il mezzo e il luogo potenziale per una partecipazione a più livelli dei singoli alla costruzione, lettura, interpretazione e modifica del sapere accumulato. Secondo Lévy (1994), infatti, l'intelligenza collettiva si definisce come "un'intelligenza distribuita ovunque, continuamente valorizzata, coordinata in tempo reale, che porta a una mobilitazione effettiva delle competenze". Una più precisa dichiarazione di intenti, quasi un manifesto programmatico della nuova intelligenza "diffusa" che ha nella rete il suo luogo di elezione, emerge dalle successive affermazioni:

> il fondamento e il fine dell'intelligenza collettiva sono il riconoscimento e l'arricchimento reciproco delle persone, e non il culto di comunità feticizzate o ipostatizzate. (…) nessuno sa tutto, ognuno sa qualcosa, la totalità del sapere risiede nell'umanità (ib.).

A differenza del *general intellect*, che si accresce e si stratifica diacronicamente ma rimane in un certo senso "fisso" e non manipolabile, l'intelligenza collettiva è un prodotto "sincronico", su cui si può intervenire nel presente. Il neoumanesimo dei nostri giorni si sta forse spostando dalle corti alle reti.

Dall'intelligenza collettiva muove la riflessione di de Kerckhove (2001), che compie un passo successivo in direzione delle applicazioni concrete dell'idea di Lévy. L'intelligenza connettiva, come suggerisce il termine stesso, mira alla connessione, al collegamento, alla messa in relazione delle intelligenze, sottolinea il "rapporto" che esse intrattengono (o che dovrebbero intrattenere) le une con le altre, le sottrae al tempo lungo dell'accumulazione storica per calarle nel qui e ora dell'esperienza e della sperimentazione concreta. Se l'intelligenza collettiva è il quadro di riferimento del pensiero umano, del "pensare"

dell'umanità, l'intelligenza connettiva ne è la parte "in movimento", il lato che si attiva per la risoluzione pratica, "sperimentale", di un problema specifico. Essa si affida alla "moltiplicazione" delle intelligenze (favorita dalla connessione) piuttosto che alla loro somma (situata nel "collettivo"). De Kerckhove insiste così sul carattere aperto del concetto di intelligenza connettiva rispetto all'immagine di "contenitore chiuso" cui rimanderebbe l'intelligenza collettiva (la biblioteca mondiale alla quale ciascuno può portare il proprio contributo). Il suo tentativo non è tuttavia quello di "staccare" la propria ricerca dal campo dell'intelligenza collettiva, ma quello di delimitare al suo interno un settore di indagine e di sperimentazione per così dire "applicativo". Considerata l'impossibilità di prescindere dai saperi accumulati e stratificati, la pratica dell'intelligenza connettiva potrebbe rivelarsi proficua nel favorire la creatività attraverso l'utilizzo concreto e collettivo delle conoscenze preesistenti. La diffusione della rete e delle tecnologie a essa legate è però ancora troppo limitata a specifiche aree del mondo per cedere a tentazioni universalistiche: per il momento la democratizzazione e il neoumanesimo auspicati da Lévy stanno muovendo solo i primi passi dalle corti in cui sono nati.

Interfaccia
Fabrizio Carli

Definire l'interfaccia come lo spazio di comunicazione e interazione tra l'uomo e l'artefatto significa parlare delle interfacce uomo-macchina, come ad esempio il pannello di un telecomando o il desktop di un personal computer.

Esistono infatti altri tipi di interfaccia che richiedono definizioni diverse, per esempio le interfacce macchina-macchina (dispositivi elettrici ed elettronici) e le interfacce uomo-uomo (il linguaggio naturale).

Un'interfaccia uomo-macchina è un sistema meccanico e/o digitale di segni e di simboli che, attivato, produce un'azione capace di tradurre un atto umano in un'istruzione comprensibile per la macchina (ruotare la manopola della lavatrice per selezionare un programma, premere il tasto con il simbolo delle forbici per segnalare a un editor di testo l'intenzione di tagliare una porzione di scritto). Al di sotto di una interfaccia digitale risiedono istruzioni tradotte attraverso un linguaggio di programmazione, mentre al di sotto di una interfaccia meccanica si trovano dispositivi in grado di rispondere a regole meccaniche. Naturalmente esistono casi misti.

Nel campo dell'interazione uomo-computer la storia delle interfacce inizia negli anni Quaranta con la nascita dei primi calcolatori realizzati elettromeccanicamente per mezzo di valvole e relais. Le prime interfacce sono quindi di tipo elettromeccanico: manopole, pulsanti, indicatori e spie luminose permettono l'immissione dei dati (consistenti in impulsi elettrici) e restituiscono un feedback da parte della macchina. Negli anni Cinquanta l'immissione dati (la comunicazione con la macchina) si semplifica con l'introduzione delle schede perforate che costituiscono un'evoluzione dell'interfaccia sia in termini di usabilità che in termini di esportabilità (le schede consentono la

memorizzazione delle istruzioni che possono così essere utilizzate con più macchine per più volte). Le prime tastiere per l'introduzione dei dati risalgono agli anni Sessanta. Bisognerà però attendere gli anni Settanta per assistere all'utilizzo dei primi monitor a tubo catodico su cui ricevere un feedback immediato e alfanumericamente tradotto dell'informazione immessa. In questi anni la rappresentazione è tuttavia ancora poco "amichevole": l'attuale aspetto delle interfacce per pc (interfacce grafiche a icone) si afferma solo nella seconda metà degli anni Ottanta (nel 1981 viene commercializzato il primo mouse) ed è inaugurata dai computer Apple con l'adozione della metafora grafica della scrivania (desktop).

Non molto dissimile dalla storia delle interfacce uomo-computer è la storia delle interfacce elettromeccaniche (come quelle degli elettrodomestici). In estrema sintesi, l'evoluzione di questo tipo di interfacce risponde a una complessificazione delle funzioni dell'artefatto. Anche in questo campo si registra un passaggio dalle interfacce di tipo elettromeccanico a quelle di tipo digitale. A differenza dei computer le interfacce digitali di molti degli oggetti elettrici d'uso quotidiano controllano soprattutto processi di tipo meccanico (si pensi al pannello programmabile di una lavatrice o a quello di un videoregistratore).

I primi artefatti elettrici d'uso quotidiano, risalenti alla seconda metà dell'Ottocento, non possedevano interfacce utente. In questo campo le prime interfacce si proponevano innanzitutto di risolvere problemi di sicurezza (si pensi alla struttura dei primi tostapane, in cui l'apparato elettrico è pericolosamente alla portata dell'utente). La prima interfaccia per oggetti d'uso quotidiano è quindi la scocca, ovvero la copertura posta sull'apparato elettrico. Le migliorie, in questo campo, sono di esclusiva competenza del disegno industriale che propone soluzioni asistematiche, valide per i singoli casi ma prive di progettualità e di una metodologia generalizzabile. Il design, tuttavia, rappresenta in nuce l'idea di interfaccia utente,

l'approdo della problematica comunicativa nel campo della progettazione di oggetti d'uso quotidiano. Dal momento che l'artefatto diviene opaco (poiché l'espressione della sua funzione scompare al di sotto della scocca), al design spetta il compito di comunicare la destinazione d'uso attraverso codici che non "rappresentano" la funzione ma la "significano". Si pone così il problema della sedimentazione dei codici (una coppa di vetro posta su un motore elettrico significa, almeno tendenzialmente, l'azione del frullare) che darà vita al fenomeno della serializzazione delle forme. In altri termini, un asciugacapelli può essere costruito in un'infinità di modi, ma se lo si disegnerà con la classica forma "a pistola" ci si potrà risparmiare la fatica di precisare la sua funzione, perché l'utente è abituato a riconoscere e a utilizzare asciugacapelli che assomigliano a pistole.

Con questa osservazione si torna alla definizione iniziale di interfaccia come spazio di comunicazione tra l'uomo e l'artefatto, ma a questo punto si può comprendere come questa funzione gli possa essere attribuita solo ed esclusivamente a condizione che l'oggetto presenti un adeguato formato rappresentazionale. L'interfaccia di un editor di testo prima di mettere l'utente in condizioni di scrivere deve infatti comunicare a quest'ultimo la sua funzione, in modo che non possa essere scambiato, ad esempio, con un browser per la navigazione in rete. Tutto ciò significa che la prima funzione dell'interfaccia è quella di comunicare la funzione dell'oggetto (la sua destinazione d'uso) e in secondo luogo la sua modalità d'uso (come utilizzare l'oggetto). La priorità comunicativa di carattere generale (la destinazione d'uso) evidenzia la funzione informativa dell'interfaccia rispetto alla sua funzione operativa. Non potrebbe essere altrimenti: se l'utente fraintendesse la funzione di un artefatto verrebbe automaticamente meno anche la funzionalità dell'interfaccia.

La capacità di proporre un adeguato formato rappresentazionale dipende da molti fattori. Tra questi la sedi-

mentazione dei codici comunicativi è uno degli aspetti più importanti. Proprio per fare fronte a questa necessità a partire dagli anni Cinquanta l'ergonomia classica inizia un tipo di intervento sistematico e metodologico proponendo regole di progettazione comuni per qualsiasi artefatto destinato all'uso umano. In questo senso da alcuni decenni la progettazione d'interfacce è sostenuta dall'ausilio di due discipline: il disegno industriale per quanto riguarda gli aspetti più generali della comunicazione e l'ergonomia cognitiva per quanto riguarda questioni più specifiche relative alle modalità d'uso. Entrambe queste discipline si occupano di rendere l'artefatto fortemente comunicativo.

Internet

Davide Bennato

La rete telematica nasce nel 1969 con il nome "Arpanet", come tecnologia di collegamento per la nascente infrastruttura informatica dell'apparato militare statunitense. Il suo primo sviluppo è caratterizzato, quindi, dalla gestione militare cui – per motivi di carenza di risorse finanziarie – successe rapidamente una gestione da parte delle imprese private, per lo più appartenenti al settore dell'informatica e delle telecomunicazioni.

Ma la vera portata culturale di questa tecnologia deve essere fatta risalire al 1994, anno in cui comincia a prendere piede un modo di utilizzare la rete molto più semplice e intuitivo basato sulla tecnologia degli ipertesti (il cosiddetto World Wide Web) e sulla progressiva crescita di fornitori commerciali per l'accesso a Internet.

La rete ha fatto nascere culture, sottoculture, forme espressive, stili di rappresentazione diversi tra loro ma con un elemento in comune: l'essere espressione dei molteplici modi in cui si può declinare il concetto di comunità sfruttando una infrastruttura telematica come base di partenza (Paccagnella 2000). Il fatto che la rete si connoti come uno spazio sociale per l'interazione piuttosto che come uno spazio digitale per il semplice trasferimento dei file tra computer è attestato dall'esistenza di regole di buona educazione chiamate *Netiquette* (da *Net* e *etiquette*: galateo della rete) che, se non rispettate, attivano una sanzione sociale.

Un esempio di comunità costruita attraverso Internet è quello delle comunità virtuali (Rheingold 1993): gruppi di persone si tengono in contatto attraverso le tecnologie messe a disposizione dalla rete, sviluppando tra loro rapporti amicali. La facilità del loro costituirsi ha fatto incrementare esponenzialmente la presenza di gruppi di inte-

resse (i cui membri condividono uno stesso argomento di discussione), piuttosto che gruppi territoriali (i cui membri condividono lo stesso territorio).

La tipica forma di comunicazione della rete è il sito Web, una raccolta di pagine (per lo più in formato testo) collegate tra loro da una serie di rimandi non necessariamente gerarchici. L'esperienza dello spostarsi da una pagina all'altra di un sito o di più siti diversi ha fatto nascere il termine "navigazione in rete", adattamento dell'espressione inglese *surfing the net* (fare surf sulla rete) (Herz 1995).

Esistono altre forme di comunicazione presenti sulla rete. L'applicazione più diffusa legata a Internet è senza dubbio la posta elettronica: un servizio postale in cui a viaggiare non è il supporto fisico della comunicazione (la lettera) ma la comunicazione stessa (il contenuto della lettera). Alla posta elettronica sono associate la maggior parte delle violazioni alla *Netiquette*: la più famosa è senza dubbio lo *spamming*, ovvero l'invio di messaggi non richiesti (messaggi pubblicitari, catene di sant'Antonio, messaggi burla).

Un altro servizio utilizzato dai "navigatori" è costituito dai motori di ricerca, che forniscono gratuitamente la possibilità di ricercare informazioni sulla rete utilizzando un'interfaccia che si presenta di solito come un sito Web. La crescita caotica della rete, infatti, ha trasformato i motori di ricerca in una classe di risorse senza le quali orientarsi in Internet sarebbe praticamente impossibile.

L'enfasi posta sull'aspetto informatico della rete ha come conseguenza la diffusione di una serie di metafore: da "biblioteca digitale" a "mercato" (uso commerciale e di marketing della rete), da "autostrada elettronica" (nuova infrastruttura per la distribuzione di servizi) a "ciberspazio" (uno spazio sociale all'interno del quale interagire e cooperare).

Una particolare classe di applicazioni legate alla rete come spazio per lo scambio sociale è costituita dalle *chat* e dal

Peer-to-peer. Le *chat* sono comunicazioni contemporanee tra utenti che comunicano utilizzando la tastiera del computer per simulare una "chiacchierata" (da cui il termine). La loro estrema diffusione le ha trasformate in uno strumento digitale per la socializzazione e ha aperto la strada a una serie di riflessioni e di studi sulle possibilità che i *chatters* hanno di giocare con ruoli e identità multiple. Con il termine *Peer-to-peer* (abbreviato P2P) si intende, invece, lo scambio di materiale (immagini, video, musica) fra più utenti di servizi nati con questo scopo (*Napster* è il capostipite). È una pratica corrispondente alla duplicazione delle cassette audio tra amici, che Internet non ha fatto altro che accelerare e rendere globale. La dimensione del fenomeno ha costretto le principali *major* delle case discografiche a tentare di arginare il fenomeno tramite una forte azione di *lobbying*, ottenendo tuttavia risultati limitati.

Se Internet ha avuto degli effetti socioculturali, essi vanno in direzione di un'aggregazione comunitaria, della personalizzazione della comunicazione, della costruzione di nuove modalità espressive.

L'uso sempre più diffuso della rete (si prevede che nel 2005 il numero degli utenti raggiunga il miliardo, tenuto conto del rallentamento della sua utilizzazione nei mondi della povertà e del ritardo tecnologico) autorizza a ripensare l'intero sistema della comunicazione e dell'organizzazione. Quella che Manuel Castells (2001) ha definito "Galassia Internet" appare sempre più come uno spazio dell'abitare, come un luogo in cui sperimentare nuove pratiche del quotidiano, nuove modalità di aggregazione e diverse forme di relazione.

Kitsch
Germano Scurti

Generalmente si fa risalire il kitsch alla seconda metà dell'Ottocento, quando i turisti americani in Germania volendo acquistare un quadro a poco prezzo chiedevano uno schizzo (*sketch*). Lo si fa inoltre derivare dal verbo tedesco *kitschen*, "raccogliere fango per la strada", "raccogliere spazzatura", che indica appunto la volgare paccottiglia artistica acquistata da clienti desiderosi di facili esperienze estetiche.

Il kitsch si è, dunque, affermato nel campo del commercio dell'arte, con lo sviluppo dell'industrializzazione e della metropoli. È l'arte intesa non come istanza conoscitiva ma come semplice produzione di effetti estetici: del "cattivo gusto" come imposizione dell'effetto fondato sulla reiterazione. Per i suoi detrattori rappresenta la trasformazione dell'invenzione estetica in cliché: un'arte fraudolenta che distrugge tanto le culture popolari autentiche quanto la tradizionale arte d'élite.

In alcuni scritti che vanno dalla fine della prima guerra mondiale alla seconda, raccolti nel libro *Il Kitsch*, Hermann Broch (1975) lega il destino dell'opera d'arte alla disgregazione del mondo moderno, al "tramonto dell'Occidente", allo sradicamento trascendentale operato dal vuoto dell'istanza etica e conseguentemente dall'autonomizzazione dell'estetico, che trova appunto nel kitsch una delle sue prime e più diffuse oggettivazioni e nell'Uomo-del-Kitsch un generale comportamento di vita. Questa parabola dal vertice alla caduta delle arti emerge nella maggior parte degli scritti dedicati al kitsch fino alla fine degli anni Settanta del Novecento: tanto in Moles (1971), ad esempio, quanto nell'antologia curata da Dorfles (1968), il kitsch continua a rappresentare simbolicamente l'alienazione. Secondo questi autori, infatti, l'esasperazione della sensibilità, richiesta tanto all'ar-

tista quanto al fruitore, trasforma l'oggetto estetico in un feticcio nel quale la soggettività finisce appunto per alienarsi. Chiavi interpretative diverse, legate alla consapevolezza dell'irriducibilità dell'intensificazione spaziale e temporale dei linguaggi espressivi che, sempre più, mescolano disagio e attrazione, sembrano emergere dalle riflessioni di Umberto Eco (1964) che vede nel "cattivo gusto" del kitsch il correlato dialettico dell'avanguardia così come si esprime nella cultura della società di massa, e da quelle di Jean Baudrillard (1970) che individua nel kitsch quell'estetica della simulazione, fondata su pseudo-oggetti dalla povertà di significato reale ma dalla sovrabbondanza di segni, in grado di tradurre l'anticipazione sociale in affiliazione culturale.

Nel kitsch si ritrova la trasformazione dei presupposti sociali dell'opera d'arte segnata dall'avvento delle masse e dalla riproducibilità tecnica (Benjamin 1936). Il venire meno dell'autenticità del valore estetico (connessa al concetto di aura) che corrisponde alla spoliazione del significato "cultuale" dell'arte e all'accentuazione del suo valore "espositivo", alla funzione essenzialmente politica che l'arte acquisisce in quanto evento spettacolare inseparabile dalla sua natura di feticcio. Vi riconosciamo dunque il carattere più vistoso del processo di valorizzazione capitalistica dell'arte e della cultura. Ma se superiamo l'inquietudine di fronte al declino di ogni gerarchizzazione della cultura, tipico dei "letterati" e della loro avversione nei confronti della società dei consumi; se andiamo oltre le idee di alienazione e autenticità, dalla forte accezione umanistica, non solo concettualmente ma anche epocalmente, il kitsch, come "stile" consapevolmente rivendicato, cambia di segno, diventa espressione di un operare che, rinunciando a qualsiasi intenzione di verità e autenticità, si rimette ai criteri della sensibilità, eleggendo a proprio orizzonte il luogo della finzione, della citazione e della riproduzione seriale. Il kitsch sembra affermarsi come "la forma più adatta ad assolvere al tradizionale compito dell'arte e a esprimere la nostra epoca in termini sensibili" (Broch 1975). In esso

l'arte (dopo la sua morte a opera del Romanticismo) rinasce come comunicazione mondana e linguaggio diffuso. Lo stesso Broch, del resto, aveva individuato nel Romanticismo, nella resa del genio romantico (oggi diremmo: nella fine dell'autorialità in seguito all'integrazione dell'artista nel sistema di produzione capitalistico), l'origine di quella caduta che, appunto attraverso il kitsch, ha elevato il mondano nella sfera di un presente eterno.

La considerazione del kitsch come semplice emblema del "cattivo gusto" e della degradazione dell'arte "vera", rimane solo come cifra di una testimonianza storica: il luogo in cui si è concentrato, e tuttora si concentra, come un continuo *déjà-vu*, il conflitto tra i saperi istituzionali e i desideri della folla, prima del pubblico, poi della singolarità che caratterizza la tarda-modernità.

Il kitsch è la forma di uno scambio, privo del valore e di un equivalente generale, che gioca tra artefatto e profitto seguendo le "regole" del gusto e del dis-gusto, ovvero di quella tonalità sensoriale ed emotiva che sembra occupare una posizione centrale nei processi di costituzione delle singolarità e delle collettività, delle relazioni private e sociali. Fuori dal tempo del racconto, il kitsch possiede la spazialità di una tecnologia del flusso che coincide con lo stesso scorrere dei flussi vitali. Fuori dal senso, abita lo spazio in cui si incidono i segni del dispendio. Oggi, in effetti, designa un'esigenza trasformista dominata dal gusto per l'eccesso finalizzato a se stesso, emblema della riproducibilità mediatica. Sono infiniti gli esempi esplicativi che, in proposito, possiamo trovare nel mondo dell'arte. Dopo Duchamp e la pop art, che hanno ulteriormente massificato il linguaggio del kitsch (l'oggetto-feticcio decontestualizzato, l'elogio del banale, il gusto dissacrante e ironico), gli artisti che puntano sull'effetto del disgusto o dell'assemblaggio ricercato ed estetizzante degli oggetti quotidiani non si contano più: dai nanetti da giardino disegnati da Philippe Starck alle foto di LaChapelle e al *cheapscape* di Frank O. Gehry. Un riferimento più specifico è costituito dalla "Young British Art"

che si è resa pubblica con la mostra londinese "Sensation", ospitata alla Royal Academy nel 1997, e la mostra "Ant Noises" (anagramma della parola Sensation), presentata tre anni dopo alla Saatchi di Londra: una scuola di kitsch patinato, capitanata da Damien Hirst, noto per aver esposto la mucca in formalina e altre opere scioccanti. È il titolo stesso, "Sensation", che rimanda a un territorio estetico in cui vige la mera attrattiva sensibile. Portata all'estremo la tecnica della sollecitazione emotiva, come se disponesse di un potere totemico, il kitsch qui esalta l'oggetto come "impero dei sensi". A partire dagli istinti più "bassi", si colloca in uno spazio liminare ed eccedente rispetto alla successione oggetto-rappresentazione-significato. Come cifra stilistica di un sentire diffuso, fuori dall'orizzonte semantico, il kitsch viene allora a declinare il ricettacolo incerto e in divenire dei nostri ritmi pulsionali: la stratificazione generativa della singolarità e della socialità. Quello spazio impuro in cui trovano posto tanto la mucca squartata di Damien Hirst quanto l'iperrealismo mediale che va da Vermicino a Cogne: eventi spettacolari che si sostengono l'un l'altro, grazie, appunto, a un sentire comune, grazie allo stesso identico e inesorabile valore estetico.

Il kitsch sembra dunque affermarsi come il linguaggio di un mondo, probabilmente il nostro, in cui è la "realtà" stessa a dominare, al di là della rappresentazione e del significato, nella sua immediatezza affettiva e fantasmatica. È l'eccesso primordiale dei nostri investimenti affettivi grazie ai quali abitiamo il mondo che ci abita. Siamo ben al di là, tuttavia, dalle logiche massive, dalla democratizzazione del gusto come appiattimento uniforme dell'arte, del mondo e della vita. L'economia politica del sentire dispiegata dal kitsch, nella sua nuda effettualità, come "impero dei sensi", è infatti il segno determinante di un "basso" che nella sua incompatibilità permane come differenza, come "materia" che seduce e sfugge al processo di riduzione trascendentale e che denuncia la natura anti-idealistica dei linguaggi espressivi.

Luce
Germano Scurti

Abituati come siamo alla luce elettrica che illumina le nostre notti, ci sembra impossibile pensare alla luce fioca che potevano avere a disposizione gli uomini dell'antichità, data dal fuoco della legna o dalle torce. Ancora all'inizio dell'Ottocento le strade erano buie e ci si doveva avventurare con torce o lanterne, o sperare in una notte di luna. La fiamma illuminante, una fonte dalla luce incerta, nelle sue diverse declinazioni (il fuoco, la fiaccola, la candela e la lampada a olio), rimase l'unica forma di illuminazione fino a tutto il Settecento.

La modernità ha inizio solo con l'illuminazione a gas. Nata per i nuovi stabilimenti industriali, essa ha tuttavia maturato subito nuove applicazioni: prima nella termolampada, un sistema centralizzato d'illuminazione e riscaldamento della casa, poi nell'illuminazione pubblica, che ha infranto l'autarchia della casa rifornendo gli utenti con gas prodotto in uno stabilimento centrale (il gasometro: uno dei simboli industriali più imponenti dell'Ottocento) tramite un sistema di condutture. Il passo decisivo verso la piena modernità è stato tuttavia compiuto solo con l'avvento della luce elettrica; in un primo momento con la lampada ad arco (un'illuminazione monumentale adatta a spazi aperti) e in seguito con la lampadina a incandescenza di Thomas A. Edison (datata al 1878), che ha reso possibile l'universalizzazione della luce attraverso un sistema centralizzato di distribuzione privo dei pericoli connessi all'esplosione e dei problemi di ventilazione connaturati alla luce a gas.

Fu appunto la diffusione dell'illuminazione elettrica pubblica, sia nelle strade che nelle case, a segnare l'inizio di una nuova epoca, l'avvio di un processo di trasformazione sostanziale dell'ambiente urbano. Operando una ri-

configurazione dei rapporti tra pubblico e privato, la luce ha definito lo sviluppo progressivo di una messa in scena collettiva che ha portato a una straordinaria intensificazione della vita sociale, alla visibilità di nuovi scenari fisici e immaginari e all'illuminazione di nuove soggettività. Nella sua declinazione ottocentesca, la luce artificiale ha dunque costituito uno degli elementi (assieme ad altri, quali la ferrovia, i panorami, i diorami, la fotografia) di modificazione del campo dell'esperienza sensoriale-visiva (Schivelbusch 1983). In stretta connessione con i fenomeni di spettacolarizzazione della metropoli, ha appunto definito il campo di produzione e fruizione del visibile, dunque degli elementi generativi dei dispositivi di rappresentazione e delle pratiche artistico-spettacolari che hanno prefigurato l'avvento dell'audiovisivo: uno dei principali epifenomeni dell'ossessione visiva che ha percorso l'immaginario ottocentesco.

Si è passati così dall'illuminazione poliziesca e celebrativa dello Stato assolutista barocco alla luce commerciale, alla luce che indirizza e segue, tra estetica e profitto, le gioie edonistiche del popolo:

> la vetrina illuminata come scena, la strada come sala di teatro, e i passanti come pubblico, eccoci nuovamente approdati al teatro della vita notturna della metropoli (...). Ciò che, in tutta evidenza, affascina è l'intreccio che si crea tra lo splendore delle luci, lo sfavillio della merce e la folla in movimento (ib.).

Quella stessa folla che, nella dinamizzazione del campo percettivo operata dalla luce, tra movimenti omologanti e diversificanti, matura uno sguardo autoriflesso e autoilluminante: uno sguardo che, dirigendosi verso l'esterno, ripiega su se stesso. "Tutto ciò che brilla vede", scrive Gaston Bachelard (1961), descrivendo appunto il processo di reciproca visibilità tra gli attori sociali che la luce rende possibile.

Nella sua duplice funzione di strumento atto a vedere e nello stesso tempo a essere visti, l'illuminazione artificia-

le viene definisce uno degli elementi costitutivi del "processo di civilizzazione" (Elias 1969), inteso come generale forma di integrazione e legame sociale che promuove, nella nuova morfologia urbana, la reciprocità al rango di motore sociale per eccellenza. L'illuminazione contribuisce a sviluppare una nuova struttura dei rapporti umani, una nuova forma di solidarietà fondata sulle "buone maniere", sul ri-guardo che ognuno deve all'altro e che richiede appunto una reciproca visibilità, un meccanismo interattivo fondato sulla trasparenza collettiva e sulla fluidificazione della visibilità sociale. Un abitare trasparente, appunto, di quella trasparenza totale che ha trovato il suo compimento nei media elettronici, nella smaterializzazione della prossimità operata dall'audiovisivo, che nell'illuminazione artificiale, nella "civilizzazione" della luce, ha individuato la possibilità di porre le basi di una solidarietà non più fondata sulla "credenza comune", ormai inefficace di fronte alla pluralità delle forme di vita della scena metropolitana, ma su uno scambio di sguardi reciproci in cerca di riconoscimento, rispetto e approvazione. La fluidificazione della visibilità sociale, più che all'inganno delle apparenze, è legata a quel generale movimento di autoriflessività (la capacità dello sguardo umano di vedere se stesso, di riflettersi e dunque mettersi in discussione) che ha segnato in maniera determinante lo sviluppo della modernità. Come luce sensibile e nello stesso tempo come luce intelligibile, essa ha posto le basi di una nuova grammatica del sociale, definita appunto dalle mappature dello sguardo, da rapporti fugaci e distratti, che ha fatto emergere la rilevanza della dimensione espressiva, e con essa l'idea di un complesso processo di negoziazione simbolica quale presupposto sempre rivedibile e mai definitivo di qualsiasi interazione.

L'illuminazione artificiale, nell'emancipare l'occhio dai limiti naturali, ha dunque posto le basi di un profondo cambiamento, destinato a modificare radicalmente le condizioni di accesso al mondo e il nostro modo di esperire

l'ambiente che abitiamo. La sua qualità comunicativa, nel registrare tali cambiamenti, al di là delle discipline artistiche e filosofiche (le prime impegnate a renderne la forza visiva, le seconde tese a esprimere tramite la sua immagine primordiale quella miscela di evidenza e di enigma di cui è fatta la conoscenza), dà luogo a una riflessione sullo sguardo dell'uomo, sulla sua capacità di agire, di agire in comune, che passa attraverso la possibilità di lasciarsi investire e "impressionare" dal mondo, di lasciarsi penetrare da quello choc visivo, determinato dalla presenza dell'altro, che definisce una delle nostre privilegiate modalità di fare esperienza del mondo.

Macchina
Alberto Abruzzese, *Luigi Caramiello*

"L'uomo è l'animale costruttore di utensili" (Bock 1978) recitavano i manuali classici di antropologia. È l'unica creatura, nel mondo vivente, capace di utilizzare oggetti estranei, esterni alla propria dotazione biologica. Capace di fabbricare strumenti adatti a realizzare cose, per raggiungere un peculiare obiettivo, per conseguire un risultato, per compiere un lavoro. L'uomo è capace di creare *macchine*. In seguito si è dovuto riconoscere che diversi altri animali fanno uso di attrezzature, sia pur elementari: uccelli che si servono di materiali di ogni genere per costruirsi il nido, scimmie che infilano rami nei termitai per procacciarsi cibo, altri primati che usano tronchi come clave e persino pietre come proiettili, per attaccare o difendersi. In altre parole, la capacità di utilizzare oggetti o materiali preesistenti trasformandoli in altro non appartiene soltanto al *Sapiens*. Anche altri organismi più o meno distanti da noi sulla scala evolutiva sono in grado di realizzare macchine.

"Macchina utensile" è un'espressione pleonastica, dice due volte la stessa cosa. Radicata nel linguaggio corrente, sta a indicare il genere di macchine che mostrano con più evidenza la loro natura di protesi fisica del corpo umano. Tuttavia nel senso comune si intende per macchina un congegno più articolato, più complesso rispetto a strumentazioni utili (appunto utensili) ma elementari nella loro struttura e nelle loro funzioni. La soglia in cui si colloca il passaggio dal biologico all'umano e tanto più dall'umano al sociale sembra evidenziarsi nell'accrescimento della complessità materiale delle macchine, della ricchezza dei loro ingranaggi e automatismi.

Edgar Morin ha sottolineato che quando in molti siti paleoetnologici si rinvenivano ciotole, lance, pietre scheg-

giate e utensili – chiaro indizio di una già avvenuta ominidizzazione – vi si trovavano anche tracce dei rituali di sepoltura e graffiti. Pratiche simboliche, dispositivi di comportamento – propri della sfera della comunicazione e dell'immaginario – che per certi versi potremmo definire *macchine inutili*, al polo opposto della natura degli utensili. Si trattava di dispositivi materiali e procedure simboliche, di mezzi destinati allo spreco, alla dissipazione, alla *dépence*, come la definì Georges Bataille (1967). Ed è certo lecito collocarli in una dimensione priva di necessità apparente, se è vero che catturare un bufalo procura molte più calorie di quante se ne sprechino per dipingerlo sulle pareti di una caverna.

L'impiego di strategie improduttive e macchine irrazionali è davvero un tratto distintivo degli umani. L'uso di mezzi di questo genere – si pensi solo alle tecnologie del *sacro* – è documentato solo in rapporto alla nostra specie. In questo senso il vecchio precetto dell'antropologia andrebbe riformulato così: l'uomo è un animale costruttore di "utensili utili" (termine pleonastico) come di "utensili inutili" (e questa volta si tratta di un ossimoro). In conclusione l'uomo si distingue dagli animali per le attitudini e capacità che mostra nella realizzazione di macchine fisiche e virtuali, di congegni pratici ed efficaci, ma anche di dispositivi immaginativi e fantasmatici (Berger-Luckmann 1966). L'identità del *Sapiens* è tale solo in quanto è anche e irrimediabilmente *Demens*.

Proprio in questo slittamento dal materiale al simbolico ovvero dal necessario al superfluo e anche dal razionale all'irrazionale si sovrappongono tra loro il termine "macchina" e il termine "mezzo", inteso come mezzo di comunicazione e non come strumento e protesi di un'azione fisica. Ma costruzioni tendenzialmente immateriali come l'inumazione, la cremazione, la danza tribale, e apparentemente inutili, come i graffiti sulle pareti di una grotta o la fabbricazione di un totem, non sono certamente prive di funzione. Si tratta di dispositivi finalizzati a

comportamenti, rituali, forme di organizzazione della vita. Una macchina come per esempio una scheggia di ossidiana può certo servire a sopravvivere, squartando e scuoiando animali, al fine di cibarsi più efficacemente delle loro carni, difendere il corpo dal gelo coprendolo con le pellicce delle prede. Risolve problemi (Diamond 1997). Questo vale anche per la lancia, come per l'aratro, fino all'automobile, all'aeroplano, al telecomando. Ci aiutano a vivere (meglio). Ma si tratta di macchine che hanno ben poco da offrirci in ordine alla soluzione del problema principale: come fare per non morire. Per non avere paura. Altre macchine, dunque, di genere eminentemente comunicativo, immateriali, possono servire in questo senso. Qui si tratta di macchine che servono alla sfera religiosa e simbolica. Soddisfano il bisogno di garantire e accrescere il sentimento di coesione e di integrazione con gli altri, attenuare le rivalità e gli antagonismi interni al gruppo, rafforzare la solidarietà (Durkheim 1893). Dando una credibile risposta al caos e all'insensatezza del mondo si può lenire il male di vivere, lo spaesamento, la solitudine, l'angoscia, l'anomia. Macchine, dunque, tutt'altro che inutili. Si comprende così anche come queste macchine, spirituali o ideologiche (Abruzzese 1973), si siano storicamente attivate quasi sempre in sintonia con altre importanti ed efficacissime macchine organizzazionali: quelle finalizzate all'esercizio del potere, i differenti e molteplici congegni tecnologici e politici dell'organizzazione sociale (Mumford 1967), i sistemi di governo, di controllo, di riduzione della complessità (Luhmann 1970-75). Miti e religioni: mondi del sacro e del bello, idoli, piattaforme comunicative che sono insieme conseguenza e condizione per la tenuta della società, per il progredire in ogni ulteriore evoluzione tecnica (Mumford 1961).

Resta solo da chiedersi perché l'uomo sia perennemente sospinto verso questa frontiera, quale sia stato il motore di questa sua aspirazione e di questa sua capacità di soddisfarla. Questo salto di qualità rispetto agli altri esseri vi-

venti si è compiuto nella catastrofe ambientale che si produsse con l'avvento della parola, quando l'uomo scoprì una macchina peculiarissima: il linguaggio. Per tutta la lunghissima fase che ha preceduto questo evento bisogna riconoscere che la natura, governata dai principi della sua *metastruttura* (Bateson 1979) aveva fatto un ottimo lavoro. In effetti dalla comparsa della prima molecola di DNA il mondo biologico aveva cominciato a progettare macchine, efficienti e funzionali. Le usiamo ancora. L'occhio col quale guardiamo il monitor è stato fabbricato molte centinaia di migliaia di anni prima del nostro. E non è troppo diverso da quello che usa il polpo. Della pompa per il sangue, quella macchina che chiamiamo cuore, non siamo i soli ad avere il brevetto. In natura si tratta di un tipo di dispositivo montato, con lievi variazioni, su centinaia di modelli, diversi per tipologia e dimensioni. Così come la macchina polmone, fegato o rene. Così come i sistemi ossei e muscolari. Praticamente tutti i vertebrati hanno una spina dorsale dalla quale si diramano delle costole: uomo, mucca, cavallo, uccelli, dinosauri, rettili, pesci. A ben vedere anche la foglia ha una struttura simile. E infatti, dati determinati vincoli, è tra le tipologie di tensostrutture più funzionali che si conoscano.

Dobbiamo quindi, domandarci in che cosa l'uomo si possa ritenere distinto dall'animale in quanto costruttore di utensili, se la *natura* – di per sé *tecnologica* (Caramiello 1996) – ha in effetti disseminato di macchine il pianeta già prima della sua comparsa. Egli può ritenersi padrone di una dote particolare solo a condizione di riconoscere nella stupefacente qualità della parola una *metamacchina*. Dal linguaggio in poi le macchine fabbricate dall'uomo saranno l'esito di una procedura consapevole orientata al raggiungimento di un obiettivo, alla realizzazione di un progetto (Friedmann 1946). Le macchine umane saranno sempre "pensiero materializzato"

È in quest'articolazione del concetto di macchina che troviamo il giusto punto di vista per interpretare i mezzi

di comunicazione (prima e dopo la parola, dall'uso delle mani e della bocca al papiro, alla carta, allo schermo, al computer). I media sono estensioni del corpo (McLuhan 1966), delle nostre originarie possibilità biologiche, del nostro potenziale visionario, come delle nostre prerogative dialogiche. A partire dai primi risultati grammaticali e sintattici di piattaforme linguistiche riconoscibili e riconosciute da una determinata comunità umana, il lavoro creativo si sarebbe sempre orientato in due dimensioni tra loro inscindibili: l'ottimizzazione dell'energia fisica, materiale, meccanica (l'amplificazione della "forza", dalla leva fino alla macchina a vapore, dal motore a scoppio fino alle centrali nucleari e alle biotecnologie) e la fabbricazione di *meta-macchine*, di dispositivi rivolti a codificare ed elaborare le informazioni (in dimensione analogica, dal geroglifico alla pittura, fotografia, cinema oppure in dimensione digitale, dal linguaggio vocale alla scrittura alfabetica, dalle convenzioni matematiche al codice informatico). Ora siamo giunti a uno stadio in cui le conoscenze biotecnologiche così come il sapere informatico si ingegnano a fabbricare il costruttore, a creare il creatore. Nella dimensione originaria della tragedia greca solo gli dei potevano sciogliere i destini dell'uomo. Troppi indizi ci portano a pensare che, oggi, siamo condannati a essere noi il *deus ex machina*. E lo scoppio della prima bomba atomica ce lo ha chiarito una volta per tutte.

Malinconia
Franciscu Sedda

La malinconia pare essere polimorfa e instabile come il malinconico di cui parla Aristotele, creativo proprio perché capace di trasformarsi. Essa sembra addirittura un vortice: gira su se stessa e contemporaneamente si sposta rivelandosi denominazione che nel suo movimento sincronico e diacronico contiene in sé "stati di cose" e "stati d'animo" differenti – a volte opposti – *passione* che rimane "costantemente incostante". Dalla possessione e ispirazione divina del poeta greco allo *spleen* dell'uomo metropolitano, dal ritiro dal mondo dell'eroe e del genio alla nostalgia per il paese natale, dalle ulcere e dall'epilessia al mal d'amore e all'insonnia, fino forse alla depressione e allo stress odierni che spesso accompagnano azioni e passioni di ogni giorno: la "bile nera" – la sostanza immaginaria che gli antichi ritenevano la "*materia* malinconica" (Starobinski 1960) – in modi diversi, entra in rapporto con tutto ciò e con molto altro.

La storia della cultura ne è a suo modo segnata: quello stato di solitudine, afflizione, rifiuto di ogni contatto umano vissuto dall'eroe Bellerofonte una volta abbandonato dagli dei, di cui racconta Omero, sembra essere molto simile a quella nostalgia malinconica che muove la figlia del vasaio Butade a "rubare" l'ombra del suo amato dormiente e prossimo alla partenza e che il padre elaborerà plasticamente: archetipo della nascita dell'immagine, del suo originarsi dalla mancanza dell'altro (Bettini 1992). Da questo primigenio tentativo di elaborare culturalmente l'assenza dell'altro attraverso le immagini, i simulacri, i fantasmi, il rapporto fra immaginario artistico-letterario e malinconia si riproporrà spesso. L'immagine ossessiva del corvo e del "never more" di Poe, il *mai più* che esprime il desiderio inappagabile della pre-

senza dell'altro, ci espone il rapporto immaginario/malinconia tendendolo fra la fondazione mitica della rappresentazione nell'assenza dell'amato e quella rottura dell'equilibrio interno degli "umori", dei desideri e dei ritmi del soggetto che è fonte del suo delirio e della sua "follia" – l'*ek-stasis* – e che spesso nella storia viene associato al malinconico: la malinconia diviene così fonte di attesa e produzione di immagini, immagini che il soggetto producendo in parte controlla, immagini che altre volte gli appaiono e lo dominano.

La malinconia si intreccia fortemente con le forme dell'"evasione", della produzione spettacolare, del divertimento. Il nesso che lega malinconico e creatività, il suo essere "uomo d'eccezione" o di genio, in Aristotele, è questa capacità di proiettarsi fuori da sé, di divenire altro, di rappresentarsi e rappresentare l'alterità: di "impersonificarla" come in una sorta di *mimesis* primigenia (Pigeaud 1988). Questa proiezione fuori di sé – un porsi fuori dal presente che rende anche possibile, e necessario, proiettarsi "immagini" del passato e del futuro – è quella fuga dal dolore del corpo che produce nel malinconico, come sostiene già Aristotele nell'*Etica*, un "desiderio violento" e suscita in lui/lei la necessità del piacere e della distrazione.

Le forme culturali divengono allora il mezzo di questa uscita e di questo potenziale ritorno a un sé "pacificato": dalla musica alla poesia, dal teatro al viaggio di ritorno verso casa, dai *Grand Tour* ai bagni termali, passando per la costrizione al lavoro e l'utilizzo di droghe. Fino al 1900, il trattamento della malinconia testimonia una specifica ricerca dello choc o dell'accelerazione vitale – anche attraverso meccanismi "finzionali", produttori di "illusioni" – come rimedio all'apatia, e di una serie di pratiche, con fine più genericamente "catartico", che operano direttamente sul corpo, spesso in modo sadico e violento, anche in rapporto alla classe sociale e alle forme malinconiche dei soggetti (Starobinski 1960).

Questa stessa ricerca di piacere e di benessere esistenziale – che in molti casi si configura come ricerca dei giusti ritmi interiori, di una conformità al ritmo delle cose, o addirittura come creazione di un proprio ritmo di vita – sembra tuttavia divenire la causa di un'inesausta e violenta ricerca di altro piacere: un ulteriore vortice in cui piacere e dolore si rincorrono e si fondano a vicenda.

Non a caso la società metropolitana con i suoi stimoli plurali e i suoi ritmi potenzialmente asincroni porta in sé un'anima angosciata e malinconica (Abruzzese, Borrelli 2000) ed è contemporaneamente produttrice di un'ideologia della felicità (Abruzzese 1973), di un desiderio che si appaga, e si rinnova in modo lacerante, nell'attesa di *altro* da desiderare.

Mano
Davide Borrelli

Da un punto di vista antropogenetico, il momento in cui la conquista della stazione eretta ha esonerato completamente le mani dalle funzioni deambulatorie è stato determinante perché il corpo umano potesse intraprendere liberamente la prensione e la manipolazione del mondo. E insieme con queste funzioni l'autonomia delle mani ha coinciso con lo sviluppo del linguaggio, dal momento che la bocca, esonerata a sua volta da compiti come afferrare e strappare (diventati ormai appannaggio degli arti superiori) ha potuto rendersi disponibile essenzialmente come organo di fonazione. E così, grazie alle mani, sono nati contestualmente il gesto tecnico e la parola comunicativa (Leroi-Gourhan 1964-65).

L'*invenzione* della mano a partire dalla stazione eretta mette in luce il carattere intrinsecamente tecnico, costruito, e non naturale del corpo umano. La tecnologia della mano costituisce una dotazione antropologica che si potrebbe definire trascendentale per la sua capacità di fornire all'uomo le coordinate del mondo. Se l'uomo è misura di tutte le cose, infatti, la mano è l'unità di misura privilegiata di cui egli si serve, il suo a-priori empirico, in grado di fornirgli un modello di pre-comprensione della realtà. Sulle dita si costruisce il sapere del calcolo e della misurazione del mondo. In altri termini, la mano è un sistema di rilevazione performativo, tale cioè da contribuire a produrre la realtà che misura in virtù del condizionamento che è in grado di esercitare sull'apparato cognitivo di chi rileva. Anche piedi e pollici computano l'estensione nello spazio (per esempio nel sistema anglosassone) ma soltanto le mani danno il senso e la misura della realtà, in un certo senso ne predispongono l'interpretazione. Il piede rende l'idea di quanto la realtà si estende, le mani invece di che

cosa essa sia, della sua agibilità e maneggevolezza, ovvero di che cosa se ne può ricavare attraverso l'impatto su di essa dei loro gesti e delle loro azioni. Ed è per questo che la mano è responsabile della costituzione fenomenologica dell'attualità, cioè della forma di vita fondamentale dell'esperire e del vivere umano. L'attuale, infatti, è tutto ciò che può essere fatto al presente, ovvero ciò che ricade entro la portata delle mani e del loro raggio d'azione.

Secondo Marshall McLuhan (1964) la storia può essere divisa essenzialmente in due ere tecnologiche, quella meccanica e quella elettrica. Durante l'era meccanica l'uomo ha progressivamente incrementato la sua capacità d'azione nel mondo costruendo artefatti capaci di estendere i propri arti naturali fino a potenziarne e perfezionarne le funzioni. Nell'era dell'elettricità, grazie ai media, gli uomini riescono a esteriorizzare ed estendere anche la propria vita psichica, sino a prolungarla in tutta l'umanità e a incorporare tutta l'umanità in se stessi. Così, all'esplosione dell'uomo nello spazio ha fatto seguito l'implosione e la contrazione del mondo alla portata delle sue mani. Parallelamente, dalla preminenza di media distanzianti come quelli centrati sulla vista si starebbe passando alla centralità di media sensorialmente coinvolgenti, dell'ordine della tattilità. Nell'era pre-elettrica ogni azione era temporalmente e concettualmente distanziata dalle sue concepibili conseguenze. Oggi, invece, azione e reazione sono praticamente contemporanee, al punto da renderci immediatamente partecipi e responsabili degli effetti di ogni nostra azione. Si potrebbe sintetizzare questo snodo epocale contrassegnato da quello che Hans Jonas ha definito "principio responsabilità" (Jonas 1979), dicendo che dalla condizione in cui eravamo soliti "allungare le mani" sul mondo stiamo ormai inesorabilmente passando al momento in cui, essendosi dilatata la nostra sfera psichica e sensoriale, il mondo, di ritorno, ci "mette le sue mani addosso" chiamandoci costantemente a rispondere del modo in cui usiamo le nostre.

Massificazione
Alberto Abruzzese

L'azione del massificare ci sembra immediatamente percepibile non solo perché il termine massa è di frequentissimo uso nel linguaggio comune ma anche perché abbiamo fisse nella nostra mente la memoria e l'esperienza della folla, che della massa è per così dire la rappresentazione concreta, sensibile. La parola massa, a differenza di collettività, evoca immediatamente una forza dalle grandi potenzialità, latenti o espresse che siano. Forza fisica ma al tempo stesso fluttuante tra dato empirico e astrazione. Massa e folla (che ne è l'evocazione fisica, la matrice territoriale) stanno alle misure e qualità del gruppo o anche del popolo, rispettivamente come la tribù e il branco. Le masse dell'Ottocento e del Novecento sono state la crescente dimensione collettiva in cui riconoscere e valorizzare ciò che prima poteva definirsi semplicemente come una somma di singoli individui o, distinguendoli dalla loro pura e semplice moltitudine, un aggregato di specifiche classi sociali in un insieme. Dunque massificazione richiama socializzazione; rispetto a quest'ultima, sembrerebbe essere il suo punto di massima riuscita, laddove cioè i legami di solidarietà che si aprono istintivamente nella folla, socializzati appunto per mezzo della loro massificazione, si trasferiscono nella società con altrettanta, anzi infinitamente più alta e stabile capacità coesiva.

Ma è proprio questo passaggio che ha spaventato ogni civile regime ordinatore, finendo per far identificare proprio nelle masse la ragione più profonda della crisi dell'Occidente (una letteratura che non a caso si sviluppò in modo particolare negli anni Trenta del Novecento, quando tutti i regimi politici dei paesi industrialmente e mediaticamente avanzati dovettero affrontare gli effetti destabilizzanti dei processi di massificazione).

La massa, come la folla, allo sguardo di tradizioni culturali e intellettuali ancora fortemente influenzate dagli antichi regimi aristocratici e di casta, mostra, infatti, di avere un corpo senza “testa”, senza “cervello”. Forza bruta e non autorità. La sua esistenza – elemento che apparve sempre più inscindibile dalla natura dei processi di modernizzazione e di industrializzazione – è dunque il problema politico delle élite moderne nel passaggio dal primo individualismo borghese alle identità collettive dello sviluppo del capitalismo.

I termini massa e massificazione risultano definizioni assai complesse, poiché esprimono un diverso contenuto a seconda di quale sia il punto di vista che li valuta (e proprio questa divergenza è nella natura dei fattori più conflittuali della società moderna e contemporanea). Massa e massificazione enunciano e assumono accezioni diverse a seconda della definizione soggettiva, strategica, che si dà della straordinaria capacità di riproduzione e sviluppo delle masse nei nostri ordinamenti civili, oltre le norme che essi prescrivono. Per un lungo periodo, estremamente importante stando al peso che esso ancora ha sulla mentalità politica contemporanea, il processo di massificazione è stato riferito ai fenomeni di crescita del proletariato e del sottoproletariato. Ora che la stessa complessità post-industriale ci riporta a situazioni più vicine a quelle insorte nei primi grandi fenomeni di inurbazione, ora che i confini di classe fondati sulle regole più forti dell’organizzazione industriale fordista (forme di lavoro strettamente divise e serializzate) stanno venendo meno o comunque trasformandosi, torna a prevalere un’accezione del termine più estensiva e ibrida, fondata sul significato di massa come sinonimo, amplificazione, radicalizzazione istituzionale di folla.

La massa è espressione di una pluralità informe e incoerente, ma al tempo stesso intensamente coesa in se stessa, in un insieme identitario che tende a dotarsi di vita propria. Come la folla è entità fisica, corporea, che, dotata

di passioni spinte ben oltre l'intelletto dei singoli e della loro somma, si fa visibile nella piazza urbana (ben diversamente dalla visibilità collettiva degli eserciti in battaglia), così la massa tende a saturare della propria presenza lo spazio della società; è astrazione della folla senza tuttavia perderne la materialità; è vista attraverso una rappresentazione immaginaria, ma in quella stessa forma immaginaria con cui percepiamo la presenza indubitabile degli oggetti e non delle sostanze trascendentali.

La folla si distingue per accensioni, turbolenze, immaginazioni più emotive che razionali, più estetiche che etiche, in cui la singola persona si perde e insieme si esalta. È la folla della piazza-mercato e delle fiere, delle esposizioni e del traffico metropolitano, quella che Edgar Allan Poe (1809-1849) descrive nel celebre racconto *L'uomo della folla* (ripreso, negli anni Trenta, da Walter Benjamin in *Parigi Capitale del XIX secolo*), di cui si analizzano gli eccessi creativi, l'irrazionalità e la pericolosità. Tutti temi storicamente documentati in Chevalier (1958) e in un celebre saggio di Gustave Le Bon (1895), ripreso, non a caso, da Sigmund Freud in *Psicologia delle masse e analisi dell'io* (1921), per le sue implicazioni con l'inconscio collettivo, le passioni e i desideri, del singolo individuo.

La scena moderna descritta dalla letteratura sulla folla si è intrattenuta sui processi emotivi ed estensivi che, negli stessi modi virali su cui si basano gli eventi di piazza, si sono verificati con sempre maggiore efficacia in ogni situazione di produzione e consumo, vita pubblica e vita privata, tempo di lavoro e tempo libero. La scena motivazionale profonda è quella dell'individuo che desidera il soddisfacimento della propria ferita narcisistica, costruendo la propria identità attraverso l'ambivalente rapporto conflittuale tra se stesso e l'altro, un'alterità che si incarna nello spazio uniforme, e dunque minaccioso ma seduttivo della collettività. Avventure identitarie tra soggettività e oggettività delle merci, tra volontà individuale e destino dei processi di modernizzazione e di socializzazione; tra

appartenenza al territorio fisico e appartenenza alla sua fantasmatizzazione, ai media che ne assorbono e rielaborano la vita.

Sono state dunque le strategie della comunicazione, e con esse quelle dei consumi, a garantire per tutto il ciclo di sviluppo della civiltà industriale immagini e strumenti adeguati alle dinamiche di massificazione della vita sociale, là dove si rivelano essere al punto di sutura tra desideri individuali sempre più generalizzati e strategie dello sviluppo moderno sempre più sospinte a sfruttare le risorse politiche ed economiche della socializzazione. Le forme espressive dell'industria culturale ottocentesca ne sono state il linguaggio dominante. Hanno cioè fornito – come stanno facendo ora per assecondare lo sviluppo nella new economy – ciò che allora si faceva necessario al fine di metabolizzare culturalmente gli effetti più inquietanti della socializzazione. L'enfatizzazione espressiva dell'immagine delle masse, infatti, si mostrava estremamente duttile a servire sia da motivazione delle paure e delle conseguenti esigenze di controllo delle élite, sia da mitologizzazione delle nuove risorse umane su cui si fondava lo sviluppo, sia da senso di appartenenza dei nuovi soggetti che, nel "corpo" e non nella "testa", nel "ventre" e non nella "mente" di questo stesso sviluppo, andavano vivendo conflitti di potere sempre meno paragonabili con quelli originari, premoderni, tra servi e padroni.

Le culture di massa hanno conservato a lungo questo loro carattere anfibio tra gli impulsi che vengono dalla base e dai margini della società e le strategie di dominio dei sistemi di controllo sulla sfera pubblica e privata, sull'uso dei mercati e delle tecnologie. Così come, nelle forme comunicative volte a reclamizzare, a pubblicizzare l'appartenenza di questa duplicità a ogni ambito reale e immaginario del progresso moderno, dunque nelle forme veicolate dalla grande stampa, dal cinema, dalla radio e dalla televisione, è stata celebrata – cioè imitata e ripetuta – la continua dialettica e la reciproca integrazione tra processi di

individualizzazione e di omologazione. Tanto da potere interpretare lo sviluppo dei media nella forma più generale della moda (Lipovetsky 1987).

Nella fase attuale assistiamo a processi di de-massificazione, dovuti alla profonda trasformazione dei contesti industriali moderni e alla crisi degli strumenti di governo dei loro sistemi di appartenenza. Di fronte a queste forme di desocializzazione, le vecchie cerimonie di piazza, le dinamiche conflittuali affidate alla presenza di folle che simbolicamente rimandano alla reale partecipazione di intere masse, sono andate scomparendo a opera della funzione massiva dei media metaterritoriali generalisti come la TV. Ma è molto significativo che ora riemergano come estremo appiglio per tutte le forme politiche della tradizione moderna che sentono franare la loro centralità: dalle manifestazioni di contestazione dal vivo dei partiti e movimenti, alle manifestazioni religiose dell'autorità cattolica. In questi fenomeni di recupero delle cerimonie di massa vi è anche una motivazione che fa riferimento a un processo tipico del post-industriale e cioè un ritorno alla valorizzazione dei luoghi fisici dell'abitare. Ma è altrettanto vero che la direzione di marcia dei new media tecnologici e territoriali sta privilegiando le insorgenze individuali rispetto a quelle collettive, le vocazioni tribali rispetto a quelle standardizzate dei consumi di massa, con trasformazioni sostanziali in ogni tattica e strategia della comunicazione, da quella familiare a quella commerciale.

Mercificazione
Alberto Abruzzese

Tra i luoghi comuni correnti nelle posizioni critiche assunte nella conversazione ordinaria e spesso persino nella letteratura scientifica, troviamo l'automatico deprezzamento, spregio morale o ideologico, pregiudizio sociale, delegittimazione culturale, riserva psicologica, nei confronti di tutto ciò che è merce, di tutto ciò che appare mercificato e dunque sottoposto a un sistema di valori, quello industriale e capitalista, che traduce la reale o presupposta natura originaria dei bisogni umani dentro ferree leggi dell'economia, del profitto, del potere di chi ha nelle sue mani la ricchezza e per ciò stesso il comando sulla società.

Nel campo della comunicazione, dei linguaggi espressivi e della cultura, quest'automatica delegittimazione scatta in modo assai più deciso e convinto, quasi a compensare il fatto di dovere subire la società di mercato per tutto ciò che è necessario al nostro sostentamento fisico. Quasi a manifestare il disagio di vedere sottoposte a queste necessità anche le forme di metabolizzazione simbolica della realtà che un tempo erano sottratte allo scambio economico e garantite in modi non mercificati, non direttamente utilitaristici, dalla sfera sacra, dalle istituzioni religiose o dalle forme più coese di solidarietà pubblica.

Tuttavia, sarebbe bene diffidare del carattere spontaneo per cui queste ricorrenti forme di negazione, delegittimazione o sottovalutazione delle merci vengono solitamente date per autentica espressione di un'intangibilità della comunicazione che sarebbe storicamente provata dalle grandi opere d'arte e pensiero prodotte in tempi cronologicamente distantissimi dalle serie televisive o dagli spot pubblicitari. Anche per chi voglia criticare e modificare i rapporti di potere instaurati dalla rivoluzione in-

dustriale e dai processi di socializzazione occidentali, sarebbe assai più utile elaborare un'analisi dei prodotti di mercato meno rozza, più contestuale e dunque anche più efficace, anche politicamente.

Per esempio, dovremmo sempre riflettere sulla pari e a volte superiore violenza delle forme di ricchezza e potere che hanno garantito la produzione materiale di capolavori a cui oggi l'umanesimo più ingenuo e velleitario – pallida sopravvivenza ma pur sempre emanazione della gloriosa esperienza medievale e rinascimentale – fa ricorso, quando, proprio sulla base dell'universalità e grandezza espressiva di quei capolavori, teorizza l'opposta negatività dei processi di mercificazione sopravvenuti con i modi di produzione dell'industria culturale.

Certo è, naturalmente, che tra le merci delle società mercantili e le merci delle società industriali c'è una bella differenza. Le prime conservavano qualcosa delle antiche economie del dono e dello scambio tra prodotti necessari alla vita ordinaria. Ancora oggi le pratiche di contrattazione di un *suq* orientale sono ben diverse da quelle di un nostro supermercato. Ciò che ha caratterizzato le merci di regimi sociali passati o diversi dal modello occidentale, è stato progressivamente trasformato e assorbito nell'estrema complessità espressiva dei processi di mercificazione del capitalismo. Le merci delle società industriali esibiscono la stessa qualità nel loro intero ciclo di vita (dalla produzione al consumo) e in ognuno dei loro aspetti (funzionale, comunicativo, religioso, sociale, ideologico, estetico, emotivo).

Merce, diventa quindi un oggetto, un bene qualsiasi, anche immateriale, quando sia sottoposto a una forma di produzione industriale e sia messo in vendita secondo le regole del mercato. La merce comporta un insieme di apparati che manipolano tanto le materie prime necessarie alla creazione dell'oggetto quanto le forme di relazione e comunicazione necessarie al consumo. Nella specificità di ciascun prodotto del lavoro umano, il termine merce indi-

vidua la sua natura astratta di valore di mercato, di scambio in moneta; marca e insieme maschera la sua sostanziale differenza rispetto alla condizione dei manufatti di economie basate sull'autoconsumo e rispetto alla natura simbolica e affettiva del dono (che non soggiace all'equivalenza astratta del denaro e in parte neppure a quella concreta del baratto). La merce è promessa di appagamento dei propri bisogni, dunque felicità o speranza, desiderio di ben-essere. Al tempo stesso, gronda della sofferenza del lavoro, del disagio, dei conflitti o del sangue che un diseguale sfruttamento della ricchezza e della povertà produce in ogni società di mercato.

Nei sistemi economici di mercato, la trasformazione dei beni in merci porta a compimento la rappresentazione concreta, materiale, dei bisogni. L'industria delle merci cerca di individuare, a patto che prometta di essere redditizio, ogni più latente e inespresso bisogno. Quando satura la sfera del necessario si spinge verso quella del superfluo. Soddisfa bisogni ma si spinge anche a produrli. In tal modo le merci diventano veri e propri fattori di mutamento della società, degli stili di vita delle persone, dei modi di entrare tra loro in relazione, di comunicare, vedere, la realtà. Di immaginarla.

Per approfondire tutti questi temi, abbiamo a disposizione un autore fondamentale come Karl Marx (1818-1883) e, più direttamente riferito alla comunicazione, come Walter Benjamin (1892-1940), tra i primi sociologi che hanno valorizzato le Esposizioni Universali dell'Ottocento, il luogo e il modo in cui le merci sono apparse per la loro prima grande messa in scena moderna, mostrando al pubblico la loro potenza simbolica, il loro linguaggio complesso, locale e metanazionale. Da quel momento, lo sviluppo della civiltà industriale e dei consumi di massa ha esteso sempre più la natura di merce su tutti i bisogni (processo di mercificazione) e, come si è detto, ha sempre più assorbito nella sfera del necessario ciò che prima era ritenuto superfluo: nella sfera dei rapporti

di produzione e del mercato ciò che prima apparteneva ad aree – come il lavoro intellettuale o l'esperienza religiosa e artistica o il tempo libero e il gioco – governate da regole superiori, distinte, indipendenti, marginali o alternative alle leggi di mercato.

Le teorie che sono state critiche nei confronti di tali processi di mercificazione della vita umana – in particolare l'asse speculativo che da Marx arriva alla Scuola di Francoforte – collocano il significato delle merci nel vasto dibattito, anche ideologico, sul rapporto tra sistemi a regime comunitario e sistemi a regime societario e sulle contraddizioni dello sviluppo del capitalismo. La merce viene indicata come il segno più esplicito dell'artificializzazione progressiva dell'esperienza e come il prodotto di un sistema sociale mirato a compensare la perdita dei valori e dei beni più autentici con surrogati, falsificazioni, miraggi, feticci, in cui l'individuo precipita nell'indifferenza del denaro.

Molte tra queste teorie, nel chiaro intento di tornare a dare senso alle cose, sfuggendo alla loro determinazione economico-politica, resistendo ai mutamenti della modernizzazione, recuperando autorità sui processi di socializzazione, hanno paradossalmente riprodotto una rimozione e censura culturale altrettanto violenta di quella che a loro stesso avviso le merci hanno prodotto sull'individuo moderno. La forma merce si realizza grazie a una domanda massiva e dinamica, ma certamente la crescita della domanda ha bisogno a sua volta di merci che la sollecitino. Tuttavia, se il bisogno di merci non cresce e non si sviluppa qualitativamente e quantitativamente, la forma merce ne risente sino a estinguersi, dimostrando che tale bisogno o è ancora troppo resistente a entrare nelle modalità di scambio del mercato o vi ha trovato troppo esigui margini di espansione o – ancora – li ha esauriti. Dunque, ci piaccia o meno, la mercificazione rende visibili bisogni che danno prova di capacità di socializzazione e di emancipazione dalla staticità dei beni e dei soggetti più tradi-

zionali. E così è stato di fatto nella storia di emancipazione della modernità dai "vecchi regimi".

Lo sviluppo delle merci è in sintonia con lo sviluppo delle società di massa e per più aspetti dei regimi democratici. Seppure legate alle dure leggi della domanda e dell'offerta e al potere del denaro, le merci, realizzandosi in ogni segmento della nostra vita, hanno ampliato, rispetto ai sistemi preindustriali, le possibilità di accesso ai beni materiali e spirituali. Si sarebbe potuto e si potrebbe fare assai meglio. Con più giustizia sociale. Essendo più sensibili e previdenti per l'ambiente, meno catastrofici nei confronti dei ceti, delle popolazioni, delle etnie più povere e deboli. Tuttavia si riuscirà assai poco a invertire questa direzione – che, a parte le sue spirali più violente e mortali, mette a rischio la stessa sopravvivenza dell'Occidente – continuando a usare lo stesso sapere a cui imputiamo la responsabilità del nostro e altrui disastro.

Mercificazione significa non solo una pura e semplice moltiplicazione dei beni, l'invenzione di una dinamica sociale, di modelli organizzativi e di dispositivi normativi, che, a seconda dei loro schemi di sfruttamento e di mediazione sociale, aumentano i volumi produttivi e abbassano i costi, lasciando comunque sempre divaricata quella distanza tra il lusso e il necessario su cui si basano le strategie della moda e si fonda lo sviluppo dei consumi. I processi di mercificazione hanno svolto un ruolo qualitativo fondamentale per il distacco delle forme della vita sociale dai vecchi regimi del potere e del senso. "La quantità si è trasformata in qualità" ha scritto Walter Benjamin, definendo un processo che dalle metropoli ottocentesche arriva agli anni Trenta. Il rapporto dialettico tra necessario e superfluo, che in alcune teorie si è voluto riferire al rapporto tra bisogni reali e bisogni indotti, non può ridursi alla loro rigida contrapposizione, risolta nel dissidio tutto ideologico tra autenticità e alienazione dei rapporti umani.

La merce ha la complessità di un oggetto reale, proprio perché finto, artificiale, arcano. Dunque fantastico

(terribile e benefico come tutto ciò che ci si contrappone e mette alla prova il nostro potere e la nostra debolezza). Essa è – come ogni oggetto, anche comunicativo – una protesi espressiva dell'individuo, veste il suo corpo, i suoi gesti, le sue passioni. Come ogni mezzo e tecnologia, è sottoposta alle regole della produzione e del mercato. È quindi il risultato di un investimento affettivo e al tempo stesso economico, ma la dimensione economica non indebolisce anzi potenzia l'affidamento emotivo che ci lega agli oggetti di consumo. Lo sappiamo bene per quanto la loro presenza o assenza sconvolge i nostri equilibri.

La ricerca antropologica ha individuato nella merce la sopravvivenza di una relazione profonda con il dono (Douglas, Isherwood 1979). Uno stesso oggetto, attraverso la mercificazione, mantiene in sé il necessario e il superfluo, l'uso e il simbolo, poiché prende a carico ciascuna di queste doti. L'oggetto-merce è il frutto di un doloroso lavoro di metamorfosi della materia e del soggetto (Scarry 1985). E fu proprio Marx a teorizzare il *finish* (completamento, rifinitura) che il consumatore dà al prodotto, consumandolo, e il *finish* che la produzione dà al consumo, producendolo. Le merci, dimensione moderna della vita degli oggetti, costituiscono – attraverso i sistemi d'uso e comportamento che suggeriscono e le situazioni locali che le consumano – le piattaforme espressive con cui entriamo in comunicazione l'un l'altro, adattandole ai quotidiani rapporti tra microfisica e macrofisica del potere, cioè tra le tattiche personali e le strategie dominanti.

Questa sostanza profonda, solidale, religiosa, delle merci fu compresa dalle avanguardie storiche e in seguito dalla pop art in quanto negoziazione dei rapporti tra significati e significanti. La pubblicità ha sin dal suo inizio lavorato proprio su queste intuizioni artistiche (a loro volta debitrici della mercificazione del vissuto metropolitano), utilizzando, ma anche sviluppando, la capacità espressiva dei prodotti, il *finish* del consumatore e della produzione, dunque la ricchezza simbolica degli orienta-

menti di consumo. L'apparenza delle merci, il loro splendore, è un archetipo culturale di ricchezza sacralizzata nella sua duplicità: ora benevolenza divina e felicità terrena, ora inganno e "memento mori". L'immagine mitologica della cornucopia riemerge nella civiltà del Rinascimento, nella piazza-mercato, punto di convergenza dei viaggi di commercio, delle cerimonie della Chiesa e del principe. Svolgerà sempre più un ruolo dilaniato da pulsioni diverse e divergenti, con funzioni di rifiuto o di integrazione o di rappresentazione o di antagonismo nei confronti dei linguaggi del potere e della religione.

Con l'affermarsi dell'industria culturale in età tardomoderna, lo sviluppo dei media ha favorito un'espansione del valore simbolico delle merci sempre più indipendente dai loro luoghi di vendita e dal loro effettivo acquisto, realizzando in tal modo sul piano comunicativo la teoria economica di Piero Sraffa (1898-1983) sulla produzione di "merci a mezzo delle merci" e conferendo all'immaginario collettivo la qualità di risorsa fondamentale, anche economica e tecnologica, del processo di mercificazione dell'esperienza. Su queste basi, il processo di mercificazione in quanto accelerazione degli stessi processi di smaterializzazione del mondo fisico, sembra dunque costituire anche le basi operative e non solo sociali e culturali per le tecnologie della digitalizzazione, per i linguaggi del personal-computer, per l'intrattenimento personale e collettivo nelle reti telematiche.

Metropolizzazione
Alberto Abruzzese

Quando vediamo un film americano accade assai spesso che sui titoli di testa o di coda appaiano le panoramiche della città di New York o di Los Angeles. Queste immagini indicano lo spazio in cui o da cui si svilupperà la narrazione, ma soprattutto indicano l'immaginario in cui essa si colloca, le modalità espressive che sfrutta, le sensibilità di cui è il prodotto. Ben difficile che il cinema italiano – tranne qualche accenno nella "commedia all'italiana" – possa ricorrere a questa perfetta coincidenza tra territorio fisico e territorio mentale. Hollywood racconta sempre il legame tra cinema e metropoli. Il contesto italiano, avendo vissuto la metropoli solo nella dimensione televisiva degli anni Ottanta del Novecento, non può farlo e ha dovuto accontentarsi di narrare storie urbane.

Metropolizzazione è un termine forse poco elegante, come del resto è accaduto e accade quando dobbiamo trovare nuovi modi con cui nominare fenomeni che si allontanano radicalmente dai nostri precedenti stili di vita. Metropolizzazione è innanzi tutto l'azione della metropoli ottocentesca sulla realtà sociale e sulle forme dell'immaginario, dunque anche della comunicazione. Ma con metropolizzazione diciamo anche il ruolo che la comunicazione – trasporti, messa in scena, stampa, illustrazione, fotografia, spettacoli e divertimento – ha assolto nella trasformazione della città in metropoli, nella sua costruzione ed evoluzione. Infine diciamo il ruolo che essa stessa, giunta al massimo della sua qualità comunicativa, vera e propria "macchina" espressiva, ha assolto nella creazione dei media del Novecento, caratterizzati da una definitiva smaterializzazione del mondo fisico e da forme di trasmissione a distanza.

Il termine metropolizzazione individua il funzionamento (l'insieme di fenomeni, la fenomenologia) di una

città che – pervenuta al massimo delle possibilità espressive di un contesto urbano: possibilità relazionali, comunicative, generative – produce all'interno e all'esterno del proprio territorio fisico un sistema di vita destinato a distaccarsi nettamente e irreversibilmente dai modelli della città storica. Con metropolizzazione ci si riferisce dunque al processo di costituzione e insieme espansione delle qualità della metropoli (Cacciari 1973), qualità che sono a loro volta il risultato dell'azione strutturale praticata sul territorio urbano dai processi più avanzati e centralizzati di industrializzazione e socializzazione.

Questi processi sono stati il risultato di soggettività e di innovazioni confluite in alcune determinate città occidentali particolarmente "dotate", e cioè in cui fu possibile trovare e creare l'ambiente più adatto per riprodurre e sviluppare i modelli che, con rapidità eccezionale, hanno costituito la matrice del progresso moderno, sul piano dell'organizzazione sociale e sul piano delle sue forme di rappresentazione e comunicazione. Se la loro evoluzione appare oggi nella linea del tempo lineare, la loro capacità generativa appare tutta nello spazio interattivo che di quella linearità del tempo ha interrotto la continuità con il passato, dando luogo a intersezioni e connivenze mai prima sperimentate. Tanto forti da penetrare nella memoria profonda, archetipica, dell'individuo moderno, costituire gran parte delle sue immaginazioni e narrazioni, continuare ancora oggi a esserne il teatro, la scenografia permanente, in cui collocare eroi e figure della fiction, in cui consacrare i propri miti.

La metropoli divenne il luogo creativo ed emblematico dei processi di massificazione, essendo l'ambiente in cui si sono generati e rigenerati in condizioni "estreme" i dispositivi ordinari della convivenza: istituzioni del potere, vissuti quotidiani, forme economiche e sociali del territorio, apparati di produzione e di consumo, reti di comunicazione e trasporto, organizzazione del lavoro e del tempo libero, servizi civici e misure di controllo, divertimenti e

spettacoli, costumi, ritmi tra spazio e tempo, rituali simbolici e religiosi. Tutto ciò, nella concentrazione energetica e conflittuale delle metropoli, visse un mutamento tanto violento e tumultuoso da alterare ogni precedente modalità dell'esperienza umana, rendendola più adatta alle nuove condizioni di vita. Un delirio comportamentale e percettivo basato sui flussi di moltitudine che in essa continuamente si aggregavano; su comunità spinte da impulsi di fame, avventura, emancipazione, ricerca della fortuna, da pulsioni, dunque, cariche del localismo da cui provenivano e che avevano abbandonato; su individui invasi da un vissuto ormai straniero anche a se stessi, poiché, venendo da "fuori", sentivano così spezzarsi i legami con usi e costumi delle loro tradizioni sociali, rituali e affettive, e poiché, al tempo stesso, costituivano una minaccia per i nativi della loro nuova patria.

Questo delirio doveva allora poter essere bilanciato dalla costruzione di una realtà funzionale e simbolica altrettanto intensa e altrettanto potente dei traumi che produceva, fondare memorie identitarie altrettanto salde di quelle che distruggeva. Così, lo sradicamento dei processi di metropolizzazione ebbe qualità profonda e generale. Quei processi segnarono uno dei primi grandi momenti di crisi della storia (come sarà per il valore materiale e simbolico dell'olocausto e della bomba atomica; per lo sradicamento operato dalla televisione sui precedenti linguaggi territoriali e metaterritoriali; per la radicale destrutturazione a sua volta operata sulla TV dai new media della cibernetica, delle reti digitali).

La "città vecchia" restò isolata, emarginata, monumentalizzata e rimossa rispetto alla moltiplicazione degli interventi urbanistici richiesti dalla rapida crescita delle forme di vita metropolitana; in gran parte veniva sconvolta, sventrata, annientata per il "nuovo". Vi fu bisogno di potenziare i trasporti, le strade, piazze e vie pubbliche, gli edifici adibiti al divertimento e all'ostentazione delle merci (negozi, vetrine, grandi magazzini, Esposizioni Universali).

Possiamo sintetizzare lo sviluppo dei processi di metropolizzazione in due fasi. La prima – che è quella delle origini stesse della metropoli e della sua crescita sociale, produttiva ed espressiva – è caratterizzata da movimenti centripeti, dalle periferie del territorio nazionale ai centri politici, economici e culturali dello sviluppo industriale. Le metropoli divengono vere e proprie macchine sperimentali, innovative, laboratori delle esperienze e delle tecniche più avanzate della civiltà moderna (Kern 1983). I territori extra-metropolitani, allora la più parte del mondo, anche di quello più sviluppato, in questa prima fase hanno avuto modo di iniziare a consumare la natura aliena del processo di metropolizzazione solo attraverso i tempi e le distanze dei mezzi e degli oggetti – la stampa e le merci – che, pur cominciando a turbare i loro modi di vita, ancora non erano in grado di invadere del tutto e distruggere gli usi e costumi locali, le tradizioni preindustriali e artigianali.

Di fatto, se si pensa alla sostanziale differenza qualitativa che ancora oggi distingue la qualità di Parigi o di Londra o delle grandi metropoli nordamericane dai centri urbani dei rispettivi paesi, ci si accorge che nell'esperienza metropolitana storica vi è stata una dimensione in tutto localistica – seppure di un localismo garantito dalle nascenti reti globali del capitalismo industriale – e quindi non generalizzabile (ad esempio completamente diversa dalle derive espressive di territori massificati come le megalopoli africane o dell'America Latina, in cui si affermano ben altri modelli di dominio e urbanizzazione, più violenti, meno sviluppati e più incoerenti). E non è un caso che la ricerca antropologica trovi in questo secondo modello il luogo ideale per cogliere ancora nel loro farsi tutti i conflitti e tutte le contaminazioni espressive che l'operatività dei territori della metropoli storica ha assorbito nell'efficacia delle proprie strutture materiali e immateriali. Tuttavia appare altrettanto evidente che il salto richiesto dalle strategie della modernizzazione a un certo punto della loro

evoluzione non potrà essere offerto dalle pulsazioni – tra momenti centripeti e momenti centrifughi – della sua centralità geopolitica, ma dovrà fare ricorso a un incremento vertiginoso dell'immaginario metropolitano e dei suoi mezzi di diffusione in ogni dove del sistema sociale.

È l'industria cinematografica, attraverso le prestazioni fantasmatiche, schermiche del film, a essere stata in grado, mediante i linguaggi del montaggio, di accelerare l'espansione delle dinamiche spaziotemporali della vita metropolitana. Il linguaggio del cinema non solo è lo strumento che per primo (a parte la precoce, vasta e profonda funzione genetica della fotografia) ha favorito la necessità sempre più urgente che i processi di socializzazione della società moderna avevano di superare le barriere del territorio fisico, compresi quelli già più fluidi e porosi della metropoli. Il linguaggio filmico costituì, innanzi tutto, la svolta comunicativa di una modalità espressiva dei linguaggi metropolitani che si incarnava, facendosi tecnologia, nel dispositivo cinematografico.

La seconda fase dei processi di metropolizzazione, che raggiunge la sua massima realizzazione grazie ai mezzi della radio e della televisione, è caratterizzata quindi da movimenti centrifughi, movimenti che dall'esterno vanno all'interno della dimora, dal centro alla periferia, dalle masse al singolo, riproducendo, su ogni territorio della mente e del corpo, i ritmi e le forme dell'industria culturale di massa. Così anche per la visibilità dell'informazione, della fiction, dei prodotti di consumo, e per la loro pubblicità. L'esperienza della metropoli, muovendo dalla spettacolarizzazione di scene che ancora esibivano la loro teatralità dal vivo, ha continuato a funzionare da potente volano di esperienze che via via si sono spinte sempre di più verso la scena immateriale, bidimensionale, del grande e piccolo schermo e verso gli sconfinamenti virtuali di Internet.

Oggi le metropoli storiche sono in un certo senso accerchiate e obsolete come le "città vecchie" che hanno distrutto o monumentalizzato, museificato. Le metropoli

come New York, Londra e Parigi hanno assunto anche loro un ruolo celebrativo e spettacolare, la natura di mostra e parco della memoria, di messa in scena spettacolare e metaforica, di passerella e mercato dei bisogni e dei desideri. Sino a simboleggiare luoghi di paradiso perduto e inferno artificiale, luoghi imbarbariti dal degrado dei valori della civiltà moderna, teatro della sua fine o ultima frontiera per la sua sopravvivenza.

Miti moderni
Davide Borrelli

Anche l'epoca moderna elabora i suoi miti e le sue rappresentazioni collettive. "Il mito – sosteneva Roland Barthes (1915-1980) – è una parola eccessivamente giustificata" (Barthes 1957) che svolge una doppia funzione: mentre sembra limitarsi a constatare significati, di fatto li afferma performativamente, e mentre si dà come strumento per comprenderli, in realtà li impone. E lo fa attraverso la trasformazione della storia in natura, cioè di contingenze particolari in necessità eterne, di fatti in valori.

Il mito per antonomasia dell'epoca moderna è quello del dottor Faust. Non solo perché attraversa tutta la modernità, a partire dalla versione cinquecentesca di Christopher Marlowe (1564-1593) fino a quella di Johann Wolfgang Goethe (1749-1832), ma soprattutto perché esprime il dramma tutto moderno della tensione verso lo sviluppo infinito delle potenzialità umane e della distruzione illimitata dell'universo sociale e naturale che esso comporta. Emblema della volontà di potenza, disposta a dannare se stessa e a calpestare gli altri pur di conquistare e trasformare il mondo, nel mito di Faust sono condensati i motivi e le aspirazioni tipiche di un'epoca in cui, come avrebbe detto Marx nel *Manifesto del Partito Comunista* (1848), "tutto ciò che è solido si dissolve nell'aria": non solo attraverso lo sconvolgimento dei rapporti sociali e delle tradizioni culturali, ma anche in virtù di una vera e propria trasformazione fisica del mondo mediante la realizzazione di grandi reti di trasporto e di comunicazione planetaria. Faust che decide di fondare un impero colonizzando e bonificando con grandiose opere infrastrutturali un litorale paludoso e che per realizzare l'impresa non esita a far eliminare Filemone e Bauci, una coppia di anziani che rappresentano i valori genuini della tradizione,

incarna lo spirito utopico e prometeico del secolo del sansimonismo. Con il *Faust* Goethe mette in scena la tragedia dell'evoluzione (Berman 1982), il risvolto drammatico del progresso economico e tecnologico della modernità. Si sa che Goethe era attratto dal clima di fervido utopismo e dalle attese di rigenerazione sociale alimentate dal movimento sansimoniano.

Secondo le teorie espresse da Claude-Henry Saint-Simon (1760-1825) nel *Nuovo Cristianesimo* (1825), lo sviluppo dell'industrialismo nel campo delle ferrovie e dell'ingegneria pubblica avrebbe reso gli uomini felici sulla terra prima ancora che in cielo unendoli armonicamente in un'associazione universale:

> con l'avvento della ferrovia, la figura della rete presiede alla prima formulazione di un'ideologia redentrice della comunicazione. Le reti di comunicazione sono viste come artefici del nuovo legame universale (Mattelart 1991).

Non è un caso che durante l'impero di Napoleone III (1852-1870) siano stati proprio allievi di Saint-Simon come Barthélemy-Prosper Enfantin (1796-1864) e Michel Chevalier (1806-1879) a dare impulso a un "modello faustiano" di sviluppo, il primo ispirando il progetto del canale di Suez (1856) e diventando amministratore delle ferrovie francesi, il secondo dando avvio a uno studio sistematico delle vie di comunicazione negli Stati Uniti, in Inghilterra e in Francia. Da *Faust* alle grandi infrastrutture della comunicazione progettate dai sansimoniani, il XIX secolo appare caratterizzato dall'ideologia moderna di uno sviluppo prometeico e infinito che necessita della comunione universale degli uomini, progetto insieme diabolico e religioso. "Se (…) la parola religione viene da *religare* – scriveva Chevalier nel 1832 – le ferrovie hanno più rapporti di quanto si pensi con lo spirito religioso. Non è mai esistito uno strumento altrettanto potente per collegare i popoli dispersi" (Mattelart 1991).

II mito di Don Giovanni, figura archetipica di trasgressore delle leggi in nome del desiderio, ci serve a illustrare alcuni fermenti epocali della tarda modernità. Dall'*Ingannatore di Siviglia* e *Il convitato di pietra* (1630) di Tirso de Molina fino al *Don Giovanni* (1787) di Lorenzo Da Ponte (1749-1838) musicato da Mozart, il personaggio di Don Giovanni incarna il principio moderno della mobilità delle forme. Don Giovanni è sempre in viaggio e in movimento finché la mano della statua del convitato di pietra non lo cattura e lo trascina nel fuoco dell'inferno, dove la grevità della pietra rappresenta il logico contrappasso alla mobile levità del suo animo libertino. Levità che si esprime a maggior ragione nella sua incostanza sentimentale, nella sua incapacità di fissarsi su un oggetto libidico, come nei frequenti travestimenti che adopera per ingannare le sue vittime. Levità che soprattutto è segno di un'identità multipla e instabile. Per questo Don Giovanni si rivela un mito straordinariamente produttivo, che anticipa le seduzioni e le simulazioni del computer, l'infinita moltiplicazione di maschere della rete telematica, la testualità instabile dei linguaggi digitali. Don Giovanni rappresenta l'apparire di una soggettività secolarmente rimossa, che revoca in dubbio le rigide frontiere spaziali e temporali che hanno definito l'ambiente della società moderna, ma che soprattutto condensa un sentire inorganico che da una parte erotizza la filosofia e dall'altra conferisce sostanza di pensiero al desiderio: in base a esso i principi primi della vita (l'arte, la religione, la filosofia) sono avvicinati all'esperienza vivente proprio mentre gli eventi a maggiore tasso di coinvolgimento emotivo (il sesso, la morte, la violenza: pensiamo ad esempio ai film di Quentin Tarantino) sono come allontanati, messi sullo sfondo e sdrammatizzati in una condizione di sospesa riflessività.

Alieno da ogni intenzionalità progettante e simbolo di una sessualità rituale senza vita e senz'anima, Don Giovanni incarna appieno il sex appeal dell'inorganico che secondo Walter Benjamin (1982) è la dimensione peculiare della moda:

> In ogni moda è contenuto un tratto aspramente satirico nei confronti dell'amore, in ogni moda sono virtualmente presenti perversioni nella forma più sfrontata. Ogni moda è in conflitto con l'organico. Ogni moda accoppia il corpo vivente al mondo inorganico. Nei confronti del vivente la moda fa valere i diritti del cadavere (1982).

Il cadavere di cui la moda e la civiltà dell'immagine in generale fanno valere i diritti non è altro che la totalità del mondo e lo splendore dei suoi oggetti di consumo. L'erotismo inorganico diviene allora metafora e stratagemma delle risorse libidiche necessarie alla civiltà dei consumi. In un certo senso Don Giovanni, il seduttore per antonomasia, non è meno cosa della statua che lo condanna all'inferno: rispettivamente vita che si fa inorganica e cadavere che si anima.

Anche il mito di Frankenstein, reso popolare da un romanzo di Mary Shelley, è costruito intorno al sogno prometeico di infondere la vita nella materia inanimata. Nel mito viene espressa l'ossessione tipica dell'immaginario ottocentesco di fronte al processo di autonomizzazione dell'artificio tecnico che si sottrae al controllo umano. La tecnica nel mondo moderno persegue il progetto di produrre artefatti perfetti. Ma, non riuscendovi, li abbandona, una volta prodotti, a se stessi, ritenendoli non suscettibili di miglioramento e condannandoli di fatto a un destino perverso e disumanizzante. Come il mostro di Frankenstein, la tecnologia moderna è

> una creazione infinita, largamente dimenticata e non curata, che è costretta a fare a modo suo nel mondo. Questa creazione contiene le più preziose stoffe della vita umana. Ma nel suo stato attuale essa troppo spesso ci ritorna come un incubo, una forza autonoma che riflette la nostra vita, zoppa, incompleta e non pienamente sotto il nostro controllo (Winner 1977).

L'automa vivente creato dal dottor Frankenstein è un artefatto espropriato di volontà e di intelligenza, è un in-

sieme coerente di mezzi di produzione separati dal cervello dell'attività produttiva, è azione totalmente alienata; ma quando l'automa pretende di dominare se stesso, di realizzare la sua autonomia appropriandosi del suo corpo, scopre all'opposto di essere volontà e intelligenza privata degli strumenti linguistici e sociali necessari al dominio tecnico della macchina in quanto tale. Il mostro di Frankenstein esprime simbolicamente il conflitto tra un lavoro interamente asservito (tuttavia produttivo, nell'economia di un ordine sociale superiore) e una coscienza interamente separata dai suoi stessi mezzi di produzione e perciò socialmente improduttiva, mostruosa rispetto alla dimensione economica del lavoro, negativa verso i rapporti sociali.

Particolarmente emblematico di alcune dinamiche della comunicazione moderna è poi il mito del conte Dracula, organizzato in forma di romanzo nel 1897 dal talento visionario dello scrittore Bram Stoker. Il vampiro, com'è noto, si nutre del sangue di giovani donne, la sua vita si alimenta del sacrificio di altre vite. Si può ritenere che la sua figura spettrale partecipi delle medesime qualità simboliche e immaginarie che danno sostanza ai linguaggi dello spettacolo, come ad esempio la fotografia. Come la vicenda del vampiro Dracula, anche il linguaggio fotografico manifesta un evidente punto di tangenza con l'immaginario della morte. A differenza del ritratto che cerca di rendere l'essenza intemporale del soggetto, la fotografia si limita a catturarne l'attimo effimero e contingente. Di più, mentre la pittura consente di costruire e produrre autonomamente il reale, la fotografia è come un gesto di designazione che non avrebbe alcun significato se non in presenza dell'oggetto designato. Per questa ragione, così come Dracula vive della morte altrui, anche l'immagine fotografica è un parassita che vive a spese del reale, e in un certo senso lo vampirizza. Linguaggio dell'istante assoluto, la fotografia è destinata a rappresentare il reale allo stato passato, nel senso che il momento che vediamo catturato

in una fotografia, nel momento stesso in cui lo vediamo, non è già più. Questa è la ragione per cui la fotografia non ci può restituire ciò che qualcuno è stato, ma soltanto certificare il fatto che qualcuno è stato, in un certo momento, davanti a un certo obiettivo. Secondo il semiologo Roland Barthes, la fotografia

> certifica, se così si può dire, che il cadavere è vivo in quanto cadavere: è l'immagine viva di una cosa morta. (...) attestando che l'oggetto è stato reale, essa induce impercettibilmente a credere che è vivo, a causa di quell'illusione che ci fa attribuire al Reale un valore assolutamente superiore, come eterno; ma spostando questo reale verso il passato ("è stato"), essa suggerisce che è già morto (Barthes 1980).

Dracula è esattamente questo, un'"immagine viva di una cosa morta", e il suo mito, alimentato peraltro anche da una serie di celebri traduzioni cinematografiche, non fa che confermare l'intrinseca coessenzialità di *spettri* e *spettacoli* nella storia dell'industria culturale.

Il mito di Superman, celeberrimo personaggio dei fumetti partorito nel 1938 dalla fantasia di Jerry Siegel e Joe Shuster, ci introduce al paradosso che risiede nel nucleo simbolico della civiltà di massa. A differenza del superuomo nietzscheano che si sottrae alle obbligazioni della morale, Superman è sì un eroe dotato di poteri eccezionali, ma anche un uomo comune e ordinario come l'impacciato e inibito giornalista Clark Kent. Questa doppia natura del supereroe – che richiama i due corpi, divino e umano, dei sovrani medievali (Kantorowicz 1957) – è particolarmente congeniale a esprimere i sogni e le aspirazioni in cui si riconoscono gli individui di una società massificata:

> Clark Kent impersona in modo abbastanza tipico il lettore medio assillato da complessi e disprezzato dai suoi simili; attraverso un ovvio processo di identificazione, qualsiasi *accountant* di qualsiasi città americana nutre segretamente la

> speranza che un giorno, dalle spoglie della sua attuale personalità, possa fiorire un superuomo capace di riscattare anni di mediocrità (Eco 1964).

Il paradosso cui allude il mito del superomismo di massa è quello di sintetizzare in una stessa matrice ideologica l'aspirazione all'eccellenza individualistica e il bisogno di omologazione sociale. Nella società di massa ciascuno desidera essere diverso dagli altri, ma è proprio questo che fatalmente lo accomuna a essi. Particolarmente interessante dal punto di vista ideologico è poi la circostanza che Clark Kent, l'uomo che fa vivere il supereroe, sia professionalmente un giornalista: apparentemente antieroe della società della comunicazione di massa e simbolo della proletarizzazione del lavoro intellettuale, Kent è colui che, proprio in quanto giornalista, assicura la circolazione sociale della dimensione eroica.

L'assassino, il mostro, il serial killer. Dopo i molti profili di assassini che la letteratura ottocentesca ci ha consegnato (da Poe a Dostoevskij) ricordiamo la figura del "folle" Moosbrugger, così come la descrive Robert Musil (1880-1942) nel romanzo *L'uomo senza qualità.* Al processo in cui è accusato di aver fatto a pezzi una prostituta, il giudice ricostruisce la sua intera vita trovando in ogni episodio il chiaro e coerente delinearsi di un'identità criminale:

> per Moosbrugger invece era un insieme di singoli fatti non collegati fra loro, ciascuno con una causa diversa che stava al di fuori di lui, chi sa dove nel mondo. Agli occhi del giudice le sue azioni emanavano da lui, agli occhi suoi invece gli erano capitate addosso come uccelli che volano. Per il giudice Moosbrugger era un caso speciale; per sé egli era un intero mondo ed è molto difficile spiegare un mondo in maniera persuasiva (Musil).

La vicenda processuale di Moosbrugger testimonia dello scontro di due modelli di soggettività che si fronteggiano nella società moderna, rappresentati rispettivamen-

te dall'inquisitore che legge e scrive la biografia dell'imputato con gli strumenti della chiarezza e della distinzione, e dal serial killer la cui individualità sbiadisce negli ingranaggi anonimi e spersonalizzanti della società di massa. Né la legge né la scrittura riescono a rendere conto adeguatamente dell'"intero mondo" dell'assassino, occorrono altri linguaggi e dispositivi di visibilità (ad esempio la potenza espressiva del cinema) per dar corpo all'ossessione metropolitana del delitto e rendere leggibile la personalità di Moosbrugger. "Se l'umanità fosse capace di fare un sogno collettivo – osserva Ulrich, il protagonista del romanzo di Musil – sognerebbe Moosbrugger".

Moda
Alberto Abruzzese

Georg Simmel (1895) scrive sulla moda a un secolo dalla nostra esperienza, eppure rileggendo il suo saggio si ha la sensazione che questo straordinario filosofo-sociologo della modernità lo abbia pensato al presente, il *nostro* presente. Tuttavia è necessario riconsiderare quel testo con l'obiettivo di evidenziare i punti in cui esso regge anche alla nostra sensibilità di post-moderni e i punti in cui, forse, è possibile individuare la soglia al di là della quale noi oggi ci troviamo e che invece Simmel non ha potuto varcare. L'intero schema simmeliano della moda si affida ad alcuni concetti chiave molto importanti, che sono però comprensibili e condivisibili solo fino a quando resti ben definita e molto chiara una concezione della società di tipo piramidale. Quindi fino a quando le dinamiche della moda siano organicamente attinenti a una strutturazione della società in termini di sistemi in tutto definiti da forti rapporti di separazione, distinzione tra centralità e periferia, vertici e base. La piramide sociale è il fondamento non solo delle mode della piena modernità ma anche di tutte le fasi di sviluppo delle sue agenzie di socializzazione e dell'industria culturale, in cui in modi contigui (seppure di varia intensità) convivono le dinamiche istituzionali dell'educazione e dell'istruzione (che fungono anche da trasmissione e riproduzione del lavoro normativo affidato alle agenzie di socializzazione più tradizionali, premoderne) e le dinamiche di mercato dei linguaggi espressivi di massa. Questi due domini hanno in comune il paradigma divulgativo: abbassamento delle qualità in cambio dell'aumento delle quantità. Si tratta, in ogni caso, di meccanismi che vanno dall'alto verso il basso, dal centro alla periferia. La qualità culturale dei poteri dominanti produce surrogati

assimilabili e appetibili da parte del "volgo" (moltitudini che hanno diversa memoria, diversa conoscenza delle cose, diverso linguaggio).

La moda, grazie alla sua estrema prossimità ai linguaggi del corpo, individua un'area simbolica ed esperienziale che, tanto a livello istituzionale quanto a livello mediale, le strategie divulgative della modernità non coglievano con altrettanta forza e consapevolezza. La moda – così immersa nel quotidiano, nella natura psicosomatica delle sue strategie di sopravvivenza, nella natura microsociale dei suoi conflitti di potere – centra meglio di ogni altra esperienza ciò che spinge il soggetto verso il prodotto, la soggettività emergente dalla sua incarnazione di consumatore. Ecco allora che qui, nella rigidità sociale del paradigma divulgativo, caratterizzato dall'immutabile sua direzione dall'alto verso il basso, si introduce una dinamica diversa, un moto che dal basso tende verso l'alto. L'interpretazione simmeliana della moda si mostra quindi capace di individuare la spinta acquisitiva degli orientamenti di consumo come mutamento sociale, anzi come necessità del mutamento sociale, desiderio di uno status che non appartiene al soggetto stesso del desiderio ma ad altro soggetto, normativamente superiore. Con Simmel comincia così a essere individuata la funzione di costruzione sociale delle dinamiche destrutturanti della moda. Ma se con questo viene raggiunta la legittimazione culturale di una dinamica inversa a quella tradizionale, anche nello schema di Simmel il luogo che esprime o assume l'innovazione ha tutti i connotati di una posizione apicale ed esclusiva. Rientra nel concetto e nella pratica della divulgazione. Attraverso il desiderio che nella sua progressione virale, espansiva, la stimola ma anche acquisisce, la creatività dell'evento di moda si fa via via sempre più pallido, esangue. La stessa metafora che Simmel usa – quella della goccia nello stagno d'acqua, dunque delle onde di senso che vanno sempre più affievolendosi mano a mano che si estendono dal centro ai margini – ci mostra quanto, nelle

mode della piena modernità, la dialettica tra individualismo e massificazione faccia riferimento comunque a un quadro statico della trama dei rapporti sociali. Semmai, la grande novità delle culture e delle pratiche della moda si mostra nella capacità che esse hanno di far funzionare la staticità della piramide sociale non tanto grazie ad apparati normativi espliciti (come l'istruzione o l'educazione), quanto piuttosto a dispositivi normativi di tipo interiore, passionale, istintivamente partecipativo. Non è poco. Ma è anche semplicemente un salto di qualità del sistema di dominio della modernità.

Non v'è dubbio che la chiave interpretativa di Simmel, come peraltro anche quella di Werner Sombart, è stata in grado di fornire un quadro della modernizzazione capace di scorgere la straordinaria ricchezza di sfere dell'agire umano in cui l'aspetto economico-politico del capitalismo è "secondario" rispetto alla sfera antropologica, espressiva e affettiva delle moltitudini. Grazie ai suoi meccanismi "illusivi" (come illusive erano state le trasformazioni percettive del tempo-spazio metropolitano attraverso le politiche di illuminazione di strade e piazze, la dilatazione della vita degli interni domestici grazie all'elettricità, lo sfondamento libidico del tempo libero attraverso droghe e alcool) la moda mette in moto un tipo di emancipazione dovuta a eventi in cui la sfera simbolica dell'immaginario si mostra divergente dalla sfera materiale dei rapporti sociali e di produzione, assumendo tuttavia l'arcana potenza di un fattore immateriale, in grado di intervenire sulla composizione materiale implicita alla strutturazione piramidale della società civile. La mette in movimento attraverso slittamenti dell'esperienza che agiscono tra le maglie delle leggi e dei poteri costituiti. Apre alla trasgressione dei codici, alla loro funzione di controllo. Consegna all'insieme delle classi sociali la componente culturale, quella più edonistica e spettacolare, con cui l'individualismo borghese aveva vanificato le leggi suntuarie dell'aristocrazia, dissolvendo così la strategia autoritativa con cui il vec-

chio regime aveva tentato di ribadire l'inamovibilità dei costumi, la stabilità del potere, l'intangibilità di ogni proprietà economica e spirituale. E dunque introduce l'effervescenza dei consumi e la dialettica delle loro immagini come contraddizioni viventi della tradizione. Risposta politica – ambigua quanto si vuole, quanto si vuole subordinata e socialmente controllata – al confinamento delle moltitudini in uno spazio-tempo senza vie d'uscita e senza futuro. Paradossalmente, tra le questioni che vengono toccate nella pubblicistica sulla moda (così come sui media), sempre più spesso viene messo l'accento proprio sulle dinamiche di omologazione della società di massa. Radice di ogni male. Varrebbe la pena di avvertire che proprio i processi di omologazione portati avanti dalle strategie di mercato costituiscono le basi del nuovo ciclo di differenziazioni di cui le reti potrebbero essere il territorio. La tradizione sociologica – ancora una volta Simmel – vuole che alla sua origine la moda sia stata interpretata come una strategia di differenziazione. È la tradizione umanistica che ha finito poi per far prevalere invece le sue tendenze omologatrici. Bisognerebbe tornare a pensare la qualità di un fenomeno sociale che ha fatto emergere la potenza psicosomatica dell'abbigliamento: corpo *versus* scrittura, moda *versus* cultura. Simmel funziona ancora proprio perché attento alle forme di differenziazione della vita quotidiana – relazioni personali, forme dell'abitare, linguaggi espressivi – piuttosto che a quelle del sapere.

La cosa più interessante da sottolineare nel meccanismo attrattivo delle mode – apparentemente dedicato solo alle relazioni di reciprocità tra un corpo e un oggetto, tra individui e merci – è che questa svolta socioantropologica riguarda anche il funzionamento delle piattaforme espressive che hanno caratterizzato l'intera società di massa. Le forme di serialità adottate dai modelli di produzione industriale del capitalismo occidentale – a partire proprio dagli anni in cui matura la riflessione simmeliana, e cioè dall'*art nouveau* – presentano un modello pienamente

conforme a quello delle mode: ripetizione e variazione. L'atto creativo, l'innovazione, si colloca sulla linea dell'imitazione e della ripetizione. Lavora sul mutamento a patto che esso agisca nella materialità di un processo effettivamente all'opera nella vita quotidiana, cioè appunto la sfera delle dinamiche immateriali – interiori, comunicative, discorsive, relazionali – a cui la moda sa dare corpo. Questo gioco tra omologazione e diversificazione, tra ripetizione, variazione e innovazione, ci spiega l'intera evoluzione dei linguaggi delle comunicazioni di massa. Anzi è l'ossatura che lega in una sola dimensione tanto le dinamiche dei media quanto quelle della moda. Del resto esse hanno in comune la quintessenza dello sviluppo metropolitano e cioè lo sguardo, la trasparenza delle immagini. Il tempo moderno dell'ostentazione.

Tutta la letteratura sulla moda e, per larghi aspetti, anche le riflessioni ancora oggi dedicate al suo prestigio mondano sono intimamente connesse e vincolate al compimento del soggetto moderno, cui non possiamo certamente negare la centralità avuta nell'edificazione della metropoli come dei media generalisti. Ma se si esce dalle sue forme storico-sociali la questione diventa molto più complessa. Vengono messe in crisi proprio le caratteristiche classiche della moda, quelle sue doti "simmeliane" che abbiamo detto essere il motore dello sviluppo moderno, dei suoi processi di socializzazione. Vengono messe in crisi le pertinenze sociali della moda. Certamente anche nel senso – è l'importante suggerimento di una bellissima introduzione di Paola Colaiacomo al suo più recente libro sull'argomento (2002) – di un distacco dalla modernità, oggettivo e, ancor più, virtuale. Cioè della definitiva possibilità di riconoscere i territori espressivi della moda senza più dovere fare riferimento a quelle che sono state le dinamiche della modernità.

Negli interstizi delle fasi terminali della piena modernità, giunta al punto di saturazione della sua esperienza, cioè nel momento culminante della televisione generalista

(linguaggio fattosi egemone su ogni altro, sistema compiuto), i contorni della piramide sociale, dalla modernità così a lungo conservata e perfezionata, si sfaldano. Difficile pensare che i movimenti dall'alto verso il basso e dal basso verso l'alto di cui abbiamo detto possano conservare la loro efficacia, perché ora sta venendo a mancare l'impalcatura sociale che li ha resi possibili, la stabilità che poteva consentire la sovranità dell'instabile. Dall'osservazione di alcuni mutamenti sostanziali del consumo possiamo scorgere finalmente il punto di catastrofe di linguaggi generalisti che, per assumere sempre più forza, trascinare a sé mondi vissuti, storicamente e socialmente estranei alla loro matrice, cominciano a non reggere la domanda di senso dei territori cui hanno cercato di dare la loro voce. Qui vediamo prendere corpo l'eco di questa loro voce. Stiamo entrando in una fase molto complessa, in cui la critica del soggetto moderno non può più essere elusa. E in cui la moda sfugge a ogni suo incasellamento nei modi falsamente oppositivi tra ciò che è effimero, fluttuante, e ciò che è stabile. Il terreno di riflessione su cui ci si dovrebbe muovere è quello relativo a una riflessione sulla qualità di una tecnologia, quella digitale, di cui la condizione presente della vita dei rapporti di potere chiede una negoziazione diversa da "sempre". Una tecnologia che può essere usata in modo da diventare la piattaforma espressiva di soggettività nuove ed emergenti. Come è sempre stato nella grande storia di mondi precedenti alla modernità, quando non si è trattato di trasformazioni lungo l'asse di un'unica per quanto proteiforme tradizione, ma di catastrofi che hanno dato luogo a civiltà completamente nuove, lingue, alfabeti, vissuti completamente diversi. Qui, a soccorrerci, c'è lo schema intepretativo offerto da Pierre Lévy (1994) che, spogliato di ogni sua fascinazione neohegeliana e cosmogonica, riesce a centrare la successione (ma anche la qualità sincronica) tra quattro dimensioni territoriali dell'abitare: terra, libro, merci, intelligenza collettiva (che Derrick de Kerckhove, con una

medesima inclinazione "cattolica", altra arma letale della modernità, preferisce chiamare, peraltro più giustamente, intelligenza connettiva). Rivediamo i passaggi che abbiamo individuato lungo lo sviluppo delle mode. Alle spalle, grazie ai territori delle merci, abbiamo lo straordinario passaggio dalla cultura del libro alla cultura dello schermo. Contrariamente a quanto molti sostengono, alla cultura dello schermo non è stato concesso di contrapporsi radicalmente al libro. Le piattaforme espressive dello schermo sono state colonizzate dai soggetti e valori della scrittura. La varietà dei linguaggi generalisti tele-audiovisivi è dipesa dal trionfo delle culture del libro, dalla loro capacità di tradursi nelle "sceneggiature" che sono a fondamento dello spirito occidentale. Ma, al tempo stesso, proprio questa capacità di dominio comincia a venire meno quando l'area illuminata dai modelli espressivi delle identità collettive, appunto facendosi ripiena di se stessa, scopre i propri limiti e nei suoi limiti è scoperta da tutto ciò che tale pienezza aveva storicamente e socialmente rimosso e marginalizzato. Quando queste zone di alterità senza possibilità di dialettica storica e sociale cominciano a rivelare piattaforme espressive che non possono rientrare nei meccanismi con cui sino a oggi la piramide sociale delle stratificazioni culturali ha funzionato. I fenomeni emergenti nell'effervescenza dei consumi post-fordisti mostrano spinte e insorgenze che non passano più lungo i binari tra alto e basso o tra basso e alto. È la figura geometrica del triangolo, la solidità volumetrica della piramide a cedere di fronte a consumi che sono motivati da profondità insorgenti ben al di là della concezione moderna di base o di stratificazione sociale. La figura che va ora delineandosi ha la consistenza gassosa di un insieme di relazioni simboliche che stanno abbandonando la tradizione della televisione generalista e con essa le norme alfabetiche e sintattiche dettate dalle narrazioni della soggettività moderna. Il tipo di soggettività a cui si fa sempre più riferimento anche in ambiti sapienziali è ormai difficilmente

inscrivibile dentro la natura dei soggetti storici, dei soggetti che ancora ci trattengono nella "loro" storia. Essa sfugge ai modi di determinare la realtà sociale da parte di tradizioni che dell'altro da sé hanno fatto il proprio campo di appropriazione, prevaricazione, sterminio. La barbarie da estirpare. I linguaggi digitali sembrano favorire piattaforme espressive psicosomatiche ed esperienziali, potendo così costituire un veicolo – un territorio – per soggetti e soggettività, sino a oggi costrette, per costruire le proprie forme di vita, la propria società, ad accettare piattaforme espressive di altre forme di vita e di altri modelli di società. Il presente ci sembra mostrare un mondo in cui le forme di appartenenza sprofondano o svettano al di là di ogni visibilità moderna, si fanno tanto disarticolate, fluide e spontanee da assumere quella stessa rarefazione, friabilità, inconsistenza che lo sviluppo dei processi di smaterializzazione operati dalle tecnologie dei desideri collettivi a suo tempo ha rivolto alle barriere fisiche costituite dalla terra, dallo spazio e dal tempo. Dinamiche di smaterializzazione – necessaria spiritualizzazione di ogni elemento che si frapponga al desiderio – che non riguardano più il corpo massa prodotto dalla società industriale, ma investono la singola persona, la quale, da questa sua stessa corporeità diffusa in ogni altro da sé, trae l'intenzione e insieme la risorsa necessaria a emanciparsi localmente, a darsi a se stessa piuttosto che alla società. Se prima la pulsione ad apparire era quella di distinguersi in un panorama visibile di maschere e comportamenti socialmente articolato e ordinato, ora la pulsione ad apparire è quella di soddisfare un processo di distinzione interiore, asincrono, episodico: un modo di comunicarsi, mettersi in comune.

Bisogna giocare sulla contraddizione e contrapposizione tra "essere alla moda" ed "essere moda" (Abruzzese 2001b). L'"essere alla moda" fa parte in tutto e per tutto dei valori del modello di sviluppo occidentale, della dialettica produttiva tra individuo e massa, lungo l'asse

gerarchico delle stratificazioni sociali e degli *status symbol* con cui le società moderne ordinano la collettività. Al contrario, la contrazione verbale "essere moda" può dire qualcosa di molto più intimo, molto più antropologico, somatico, interiore. "Essere alla moda" presuppone una distinzione tra "essere" e "moda", conferisce cioè all'identità l'occasione di porsi come soggetto di un travestimento, autore o esecutore di uno stratagemma, di una simulazione, salvando tuttavia la parte sostanziale e duratura di se stessa dalle "apparenze" della sfera mondana e dei suoi virus invasivi, dei suoi scopi effimeri, dei suoi effetti di massificazione e omologazione. L'"essere moda" sfugge invece proprio alla coatta interdipendenza tra diversificazione e omologazione, all'apertura lineare e finalistica del loro rapporto. Polarizzandosi solo sulla diversificazione, sull'individualizzazione, rimette al suo centro la persona. Scoprendosi come moto interiore assai più che esteriore, presuppone la definitiva rinuncia a ritenere valida e praticabile qualsiasi distinzione tra il regime della realtà e quello della finzione, tra l'autentico e l'artificiale, tra il sociale e l'immaginario, tra le forme della realtà e quelle dell'apparenza, tra il dovere essere e l'esserci, l'abitare, l'appartenere ai ritmi della vita quotidiana. Mentre usare la locuzione "essere alla moda" significa fare esplicito riferimento alle gerarchie sociali e ai conflitti del tempo moderno, ricorrere alla locuzione "essere moda" consente di pensare a una diversa dimensione del mondo: la pluralità e mutabilità di nuove spaziature, nuove piattaforme espressive, emergenti dalla modernità per la natura sostanziale della loro differenza e non semplicemente a ragione della continuità dei processi dialettici. Venendo meno la struttura piramidale delle società moderne, la dialettica espansiva e lineare tra innovazione e imitazione si è spezzata. La pulsione ad apparire è in sé e per sé. Essa si rivela non nell'imitazione, ma nell'innovazione di sé, nella scelta – forse sarebbe meglio dire dono – della propria forma.

Modernizzazione
Alberto Abruzzese

Oggi il termine moderno si è fatto ambiguo, applicato alle cose, alle persone e ai fenomeni sociali con significati addirittura opposti a seconda degli specifici interessi emergenti nelle cornici, nelle soggettività e nei gerghi di settore di chi ha usato e usa quest'espressione e i suoi derivati. Sino alla letteratura sul post-moderno, ha conservato quasi intatta la sua autorità, nonostante le atrocità umane compiute, spesso anche in suo nome, durante tutto il Novecento. Ora questa autorità sta franando in concomitanza con le sempre più accentuate critiche ai modelli di sviluppo della modernità, provenienti non più dal suo interno e quindi perfettamente integrate e integrabili alla duttilità delle sue forme dialettiche, ma dal suo esterno, da soggetti e soggettività che i processi di desocializzazione della società post-industriale, le grandi migrazioni multietniche nel cuore dell'Occidente, il multiculturalismo veicolato dai personal media, stanno liberando dalla loro subordinazione alla centralità del "progetto moderno", della sua linearità e irreversibilità. Oggi, dunque, per alcune zone dell'esperienza e del sapere, il moderno non è più un condensato di qualità positive.

Il significato più istituzionale, autorevole, persino scolastico attribuito a moderno e dunque a modernizzazione ha riguardato l'insieme dei processi materiali e simbolici con cui le società occidentali e nordamericane, tra il XVIII e il XIX secolo, hanno vissuto la loro trasformazione definitiva e sostanziale da regimi comunitari a regimi societari – così distinti da Ferdinand Tönnies in *Comunità e società* (1887) – da società tradizionali a società complesse. La modernizzazione quindi – in opposizione ai valori premoderni del sacro e del potere aristocratico – muove verso una progressiva mobilità sociale, una sempre più forte esi-

genza di razionalizzazione della società civile e dei suoi paradigmi conoscitivi, in rapporto alla crescita dell'industrializzazione e urbanizzazione del territorio, alla divisione del lavoro, alle dinamiche di socializzazione impresse dallo sviluppo del capitalismo e delle economie di mercato. La concezione del tempo da ciclica, legata alla natura e alla rigenerazione tra vita e morte, si fa lineare, misurata dai ritmi della fabbrica e del lavoro salariato.

Le dinamiche di modernizzazione della società sono intimamente connesse all'espansione delle merci, per cui l'individuo cerca nella vita terrena, nel mondo e non al di là del mondo, i surrogati di ciò che le credenze e i rituali tradizionali non sono più in grado di soddisfare (Sombart 1913). È evidente che il linguaggio delle merci, della moda, del lusso, è in larga misura fondato sulla poderosa reinvenzione moderna della comunità. Evidente che la creazione delle strategie del desiderio messe in opera dai media più seduttivi dell'industria culturale ha sfruttato la nostalgia e insieme l'attesa per una comunità di valori, per un insieme edenico di legami simbolici su cui il progresso tecnologico e la società di massa hanno fondato l'appetibilità del presente in vista del futuro e in nome di un passato nullificato, svuotato dei suoi reali contenuti, vinto e in quanto tale interamente falsificabile. Del resto, la modernizzazione dei mezzi di produzione e riproduzione sociale, dando un'accelerazione violentissima ai ritmi reali e percettivi della storia, ne radicalizzò i meccanismi di rimozione, obliterazione, invenzione. Sotto quest'aspetto i processi di socializzazione non mancano dell'inquietante percezione di un destino tutto proiettato sulla pura e semplice vocazione del progresso a produrre e insieme a creare lande di deserto alle proprie spalle. L'immagine benjaminiana dell'"angelus novus", sospinto dai venti della storia, si mostra con il corpo proteso in avanti e lo sguardo rivolto alle rovine del passato. Su di esse, su ciò che in esse è definitivamente dissipato o può tornare ad accendersi in nuove

forme, Benjamin ci spinge a guardare per interpretare la vera natura dei processi di modernizzazione.

Tuttavia la modernizzazione consiste anche nel tentativo titanico che i sistemi industrializzati hanno compiuto di razionalizzare il mondo. Del resto, è con questo titanismo che si sono confrontati il pensiero sistematico di Hegel e il pensiero critico di Marx e Benjamin: rivelazione delle eccezionali risorse e insieme dei conflitti insanabili del capitalismo.

Una sequenza di conflitti anche estremamente cruenti ha costellato lo sviluppo della dimensione moderna, prima e dopo la Rivoluzione francese (1789). Dalla percezione traumatica dei tratti distintivi di questa dimensione sono nate discipline mirate a fornire strumenti interpretativi e operativi della sua natura e dei suoi effetti. Modernizzazione e mondanizzazione vanno di pari passo. Come, ancora all'inizio dell'Ottocento, Hegel, di fronte agli artisti moderni, formulò la teoria della "morte dell'arte", sul finire dello stesso secolo Nietzsche, di fronte alla qualità dei processi di socializzazione, potrà far dipendere il suo messaggio da una formulazione altrettanto lancinante: "morte di dio".

La sociologia, ad esempio, avrebbe ben presto iniziato a fornire chiavi di lettura su quanto prima appariva in gran parte dovuto a volontà divine o ad autorità terrene che, del sacro e del religioso, conservavano il tratto della trascendenza e della intangibilità. Per lungo tempo è stato possibile accreditare sul fronte del progresso, della civilizzazione, della democratizzazione, le forze politiche ed espressive schierate sul fronte del "progetto moderno". Tuttavia, mano a mano che queste procedure mettevano a nudo le loro più ovvie implicazioni nella sfera degli interessi materiali, l'opinione pubblica percepiva il tradimento delle loro promesse utopiche. Qui, proprio nel disaggregarsi dei valori e delle regole della società industriale, emergeva l'altro slogan della messa in crisi del moderno e cioè la decretata "morte dell'ideologia". Qui cominciò a

venire meno la chiarezza illuminista con cui era stato possibile mantenere separate le forze razionali del progresso dalle forze più oscure delle tradizioni premoderne. Un celebre balletto inaugurale italiano – il Ballo Excelsior – aveva messo in scena questa opposizione nello scontro finale con cui la Luce avrebbe vinto la Notte, il diavolo, la morte. In vari momenti del Novecento e particolarmente al suo tramonto, le opposte anime del mondo vissuto non appaiono più distinguibili con altrettanta forza e precisione: così come progressismo e conservatorismo, sinistra e destra, ordine e caos. Tutte le dicotomie moderne rientrano in profonde zone d'ombra, nella stessa duplicità irriducibile del sacro. I conflitti ideologici rientrano nella più complessa dimensione di conflitti tra credenze, appartenenze, corpi e vissuti.

Moltitudini

Alberto Abruzzese

Con la forma lessicale moltitudine e con quella ancora più esplicitamente plurale di moltitudini si intende definire “i molti” che abitano il mondo, senza tuttavia che l’immagine del loro insieme – anche quando sia collocata in una determinata territorialità fisica o immateriale – abbia la qualità di popolo, voluta dai regimi aristocratici e dai valori e confini delle nazioni, né quella di classe, voluta dalle stratificazioni sociali e dall’organizzazione fordista del lavoro industriale, né quella di collettività, voluta dalle teorie e retoriche moderne sulla sfera pubblica, né quella di massa (“parola moderna”, come la definì Giacomo Leopardi, attestando così la progressiva fortuna acquisita a partire dall’Ottocento dal termine massa, che, come moltitudine, ha tuttavia origine nel latino dotto).

Il fatto che l’uso della parola massa (derivata da “pasta”) soppianti quello della parola moltitudine, dipende appunto dal suo diverso significato etimologico, assai più adatto a descrivere i processi di aggregazione fisica ed emotiva della metropoli e poi dei media. Mentre moltitudine dice la presenza al mondo di una pluralità di corpi, di vite localizzate nella propria nudità antropologica, massa dice invece insorgenza di possenti aggregazioni dei molti in un “impasto” e dunque in una compressione e “fusione”. Qui la somma dei singoli viene superata e cancellata dalla loro “fermentazione” in altro da sé, in un corpo omogeneo e mutante che si accresce grazie al “lievito” delle sue forme di relazione e comunicazione virale. Le strategie di dominio del progetto moderno hanno operato a due livelli, con il costante tentativo di razionalizzare l’uso politico di queste forti eccitazioni dell’immaginario collettivo e con il lavoro simbolico compiuto dall’industria culturale sul continuo conflitto tra desideri della

massa e ordine sociale, attesa di nuovi mondi e pericolo, rischio, paura del mutamento.

A fare oggi riemergere i significati originari del termine moltitudine sono: l'aggressività anti-moderna dei valori espressi dai consumi in chiave anti-istituzionale e anti-politica, anti-democratica (cioè contro ogni nesso tra massa e maggioranza), ma non autoritaria, interessata sì all'egemonia e opportunista, ma dissipativa; il passaggio post-industriale verso un'organizzazione del lavoro post-fordista che privilegia le attitudini immateriali (antropologiche assai prima che sapienziali) che si rivelano nel tempo libero, ai margini della produzione tradizionale e spesso contro; la creatività tattica ed esperienziale che si manifesta nella vita quotidiana e nei suoi luoghi post-metropolitani, post-televisivi; i conseguenti processi di demassificazione e di destrutturazione dei legami societari storicamente instaurati dalla modernità; la natura innovativa, singolare e interattiva, anti-generalista e anti-estetica, dei personal media (comunicazione molti a molti); l'insorgenza di localismi, che si sottraggono alla dialettica tra culture egemoni e culture subalterne, e di una globalizzazione che non ha più a che vedere con le politiche di mondializzazione delle nazioni e delle identità collettive; forme di conflitto, attrito o meticciato etnico, religioso e culturale rispetto alle quali i dispositivi di mediazione e controllo classici – derivati da confini e marche di distinzione fondate sulle radici di luogo, razza, usi e costumi, lingua, popolo, classe, massa e collettività – vengono meno, si sgretolano, e anzi entrano in un irriducibile contrasto tra moltitudini tra loro diverse e tuttavia costrette a contendersi il diritto a vivere e abitare il mondo. La "nuda vita" dei singoli, la condizione psicofisica dell'"animale umano" (Virno 2002) si manifesta qui, nell'impossibilità materiale di ritrovare il proprio giusto luogo. In questo risvolto dis-umano della civiltà e dei destini che la modernità le ha assegnato sono allineati, in una paradossale linea di analogie, il conflitto permanente della coesi-

stenza di patrie tra ebrei e palestinesi, gli episodi di terrorismo locale e planetario, il disagio delle culture post-moderne di quanti abitano i sistemi occidentali o occidentalizzati, l'olocausto di chi muore per fame, malattie e guerre alla deriva dello sviluppo tecnologico.

In questo stesso risvolto, tuttavia, si riapre la posta in gioco delle moltitudini, laddove, invece, nella passata dimensione del capitalismo moderno, esse furono politicamente sconfitte e assoggettate, mancando di qualsiasi piattaforma comunicativa in cui potersi esprimere. Nel punto di catastrofe tra crisi delle forme classiche della politica e dell'economia e crisi del vivere civile, delle sue forme identitarie ed espressive, i mercati dell'innovazione tecnologica sembrano offrirsi alla negoziazione di usi diametralmente divergenti: perseverare sui modelli moderni della massificazione, magari mappando la massa in un ordine più fluente e tuttavia più funzionale di segmentazioni e target (qui si sono già verificate non poche analogie tra neo-televisione o post-televisione e new media), o aprirsi un varco sui punti di rottura di tali modelli, darli per irrecuperabili, scartarne radicalmente i contenuti, la loro soggettività, e investire invece sulla nuova frontiera di linguaggi che delle moltitudini possano essere una piena espressione.

Mondo/mondi

Alberto Abruzzese

> Il felice avvenimento, ammesso che sia stato tale, può essere capitato soltanto all'improvviso, senza premeditazione. Non seguiremo il nostro amico oltre la soglia. Ci ha lasciato abbastanza per alimentare i nostri pensieri, una parte dei quali potrà fornire la propria saggezza a una morale, ed essere ridotta in una forma più concreta. Nell'apparente confusione del nostro mondo misterioso, vi sono individui che tanto esattamente si adattano a un sistema, e i sistemi l'uno all'altro e a un tutto organico, che, se compie per solo un momento un passo falso, un uomo si espone al terribile rischio di perdere per sempre il proprio posto. Come Wakefield, egli può trasformarsi, per così dire, nel fuorilegge dell'universo (Nathaniel Hawthorne, *Wakefield*).

Questa citazione del capoverso che chiude un breve racconto di Nathaniel Hawthorne, intitolato *Wakefield* e pubblicato nel 1837, funziona da "morale" della vicenda di un uomo che senza apparente motivo che non sia una scelta interiore e irrazionale, un giorno qualsiasi della sua vita abbandona la moglie e si avventura nella metropoli, scegliendo di vivere per ben vent'anni un'identità "altra" e clandestina, per poi rientrare nel domicilio familiare con un gesto parimenti gratuito. Questo racconto ci illumina sulla vocazione evasiva dell'individuo moderno, allora metropolitano e oggi televisivo, sul suo desiderio di vivere altri mondi oltre a quelli prestabiliti dall'ordine sociale.

Monogamia

Alberto Abruzzese

La monogamia, e cioè il dovere e diritto di avere una sola moglie o un solo marito, è costume non solo cristiano e occidentale. E tuttavia è radicato in modo particolarmente forte nella tradizione giudaico-cristiana dell'Occidente, ne costituisce il fondamento, lo snodo in cui convergono e da cui derivano non pochi valori familiari e sociali. La conformazione culturale della divinità elaborata dal cristianesimo ha messo ai margini la Madre, consegnandola alla natura più fragile dell'essere umano, più grata al riconoscimento maschile del Marito e Padre. Inoltre, la scelta cattolica è stata quella di separare la fertilità della donna tra la capacità-dovere di procreare e il desiderio a sé stante dell'atto sessuale. La trinità divina si modella comunque sul legame "familiare" della triade Dio Padre, Figlio e Spirito Santo (ciò che è fiamma ma non corpo, fiamma che non si estingue, atto creativo che non si consuma e non può essere consumato). Nella forma di una più o meno casta intermediazione del femminino (Maria, madre di Gesù) e del sacrificio votivo del suo frutto (a somiglianza del sacrificio di Isacco come prova di fede), la complessità del sacro si articola in un Dio unico eppure presente nel mondo, partecipe del destino umano, della sua sofferenza. E della sua attesa di ricomposizione nell'unicità dell'essere divino. Questo "racconto" della promessa evangelica ha dunque il suo centro nella famiglia: il destino votivo della madre è al centro dei valori che consacrano i legami familiari al di là di se stessi.

Seppure con non poche varianti, il matrimonio monogamico è considerato un vincolo imposto da Dio e garantito dalla società civile nella sua qualità di contratto che lega le due parti al di là della loro stessa volontà, sì da garantirne la funzione di "cellula" di incubazione e forma-

zione delle nuove generazioni (e quindi garantire il contenimento di una sessualità che non si disperda e non ecceda al di là dei compiti che il Cielo e il Sovrano le hanno assegnato). La monogamia è dunque un "comandamento" fattosi "sacramento", la cui trasgressione vorrebbe essere arginata allo stesso modo in cui le società primitive, attraverso specifiche norme e specifici rituali, preservavano il sacro – il tabù – da qualsiasi trasgressione, profanazione. Un esempio paradigmatico del tabù che presiede alla costrizione monogamica del desiderio è l'interdizione fortissima con cui l'educazione borghese ha colpito la masturbazione, la sua condizione integralmente corporale, psicofisica, la sua funzione tecnica di autoaddestramento sessuale e la sua natura di piacere celibe, di chiusura narcisistica del soggetto su se stesso (solo in tempi recenti la rappresentazione della masturbazione, da lusso concesso a culture colte, alla loro possibilità di segretezza e di privacy, si è fatta argomento pubblico, seppure soltanto nel cinema di qualità e quindi ancora chiusa in una ristretta cerchia sociale).

La mondanizzazione messa in opera dal Moderno ha agito sulla monogamia non cancellandone sino in fondo la sacralità, il suo carattere imperativo, in quanto, attraverso la legittimazione palese o celata del tradimento mondano, di tale sacralità ha lasciato sopravvivere l'aspetto contrattuale e convenzionale. Ma al suo fondo, come vedremo in conclusione, giace la forza di un sentimento ancestrale che fa del matrimonio uno dei costumi più resistenti alla corrosione delle mode, rivelando una dimensione antropologica per più aspetti distinta da quella sociale.

Quanto più il soggetto moderno è stato socialmente consapevole della natura utilitaristica del contratto matrimoniale, tanto più è stato incline o ad assorbirlo interamente dentro il quadro di valori dell'etica del capitalismo oppure ad adottare soluzioni trasgressive che potessero soddisfare altri bisogni, ritenuti incompatibili con la dignità di un vincolo civile. Questo ha reso culturalmente

diverso il rapporto tra ceti alti e masse popolari. Qui il matrimonio è restato più a lungo irretito nella dimensione religiosa ma anche nella dimensione mondana che le retoriche sociali hanno caldeggiato e propagandato: un'autonoma dimensione sentimentale e amorosa, un collante emotivo teso a celare la sostanziale subordinazione dello statuto del matrimonio agli interessi delle classi dirigenti, offrendo così una compensazione affettiva a un atto giuridico e spirituale da cui le classi subalterne traevano profitti molto limitati se non inesistenti, comunque non paragonabili a quelli ottenuti nella cornice di privilegi in cui si collocava e si colloca un "matrimonio ricco" (una potente "casata", in grado di godere economicamente della stabilità emotiva e sociale di chi lavora; il moralismo congenito nelle classi lavoratrici non è solo eredità di costumi contadini, ma anche dell'educazione che è stata loro impartita).

Infine, quanto più si sono andate estendendo le culture dei ceti medi (risultato di un'area di convergenza – appunto un'area inter-media – tra comportamenti dei ceti alti e comportamenti dei ceti inferiori), tanto più si è andata diffondendo l'ideologia del matrimonio come "bene umano" in grado di garantire in un solo "luogo genetico" ogni componente religiosa, sessuale, amorosa e sociale dell'individuo. È a partire dalla forza coesiva di quest'ideologia (della sua capacità di omologazione, dalla sua cifra collettiva) che i diversi atteggiamenti assunti nei confronti della monogamia hanno cominciato a dipendere non solo da fattori di classe o di ceto ma anche da scelte personali, da valori la cui sovranità è tanto interiorizzata da comportare, nel venire trasgrediti, non tanto un conflitto con l'ambiente di appartenenza quanto piuttosto con se stessi.

La grande e piccola fiction non ha mai mancato di drammatizzare le sue narrazioni facendo perno su relazioni e conflitti di coppia. La stragrande maggioranza dei film e delle serie televisive (che ne hanno dilatato, molti-

plicato e diffuso la matrice classica, quella elaborata dal romanzo ottocentesco e dal cinema degli anni Trenta, Quaranta e Cinquanta) inizia – quale sia lo scenario e l'epoca del racconto – da due personaggi distinti, ciascuno con la sua identità e storia, e finisce con il matrimonio. Ogni incidente di percorso tra i "due" serve a caratterizzare e perfezionare la qualità dell'accoppiamento, la sua legittimazione, il vincolo che contrae con la società, il futuro che promette. La consolazione che garantisce. Quando questo schema vuole essere più problematico si parte da un matrimonio che si sfascia e, dopo una serie di esperienze (che servono a motivare se non la legittimità dell'atto di separazione almeno la sua credibilità, la sua comprensione) si conclude o con nuovi matrimoni o con il rafforzamento identitario di chi si è liberato da un falso, cattivo legame o, infine, con il degrado irreversibile, la nostalgia, il rimpianto, il senso di assenza di chi ha invece spezzato un legame buono, autentico. Ciascuna di queste storie dunque offre una serie di combinazioni narrative in cui comunque sempre si confrontano tra loro le norme impartite dalla società, quelle interiorizzate dall'individuo, il suo bisogno-desiderio di profanazione del legame, di tradimento, infedeltà. O di ricongiunzione.

La trasgressione delle regole che garantiscono il vincolo del matrimonio è dunque un atto che comporta un insieme di dispositivi di controllo e sanzioni, nonché forme di ravvedimento in cui la trasgressione viene riconosciuta come tale, dando modo al soggetto che l'ha compiuta di rientrare nell'ordine dei valori sociali (delle marche di distinzione morale tra ciò che si ritiene essere giusto e ciò che si ritiene essere ingiusto). La società dei consumi – congiungendosi in questo con il mito del peccato originario – ha messo sempre più in evidenza la natura di un conflitto che ha la sua motivazione primaria nel piacere in contrapposizione al "dovere essere". Non a caso il riconoscimento di questa spinta emotiva a venire meno alla "legge" monogamica è cresciuto con l'allentar-

si del quadro di valori della società industriale, in cui l'istituto della famiglia si collocava nella dimensione egemone della "produzione" invece che nella sfera dei beni voluttuari ed effimeri.

L'idea di monogamia rimanda quindi per contrasto a un quadro più generale, in cui il soggetto mette in discussione il destino che la società gli ha consegnato o revoca una sua precedente scelta. Anche nei momenti di maggiore tenitura delle norme sociali si sono avute forme dichiarate o segrete di legittimazione di comportamenti che mettono radicalmente in crisi l'appartenenza di un determinato individuo o gruppo a un sistema di valori convenzionali. Persino le più rigide monoculture presentano al loro interno un'articolazione dei comportamenti che consente deviazioni dalla regola. Tuttavia, mano a mano che tali sistemi sono entrati nelle dinamiche più aperte e flessibili dei processi di desocializzazione, il tradimento della propria appartenenza convenzionale (religione, tradizione familiare, cerchia amicale, gruppo di riferimento, ambiente di vita e professionale, costume, cultura, ceto, partito, ma anche sesso ed età) ha goduto di sempre più vasti margini d'uso. È venuto allo scoperto, giungendo persino a rivendicare il proprio contenuto positivo (in politica, ad esempio, l'abbandono della propria "organizzazione", della propria "famiglia" di sodali da parte di un leader o membro di partito è stato visto anche come capacità di "cambiare idea", valutare se stessi e il contesto nella cifra di valori revocabili, "leggeri", invece che nella loro fissità, irriducibilità).

Queste scelte venivano e tuttora vengono dette opportuniste da parte di chi fa riferimento (anche psicologico e non solo confessionale, ideologico, normativo) a un quadro rigido delle prescrizioni sociali. La qualificazione di opportunista viene assegnata qui a tradimenti determinati dal piacere, dall'interesse, dal rifiuto, da un deficit di perseveranza, di autocontrollo, volontà, coraggio (la parola tradimento trova le sue applicazioni più forti nel campo

della fedeltà coniugale e della fedeltà militare alla patria, dunque nella prospettiva del sacrificio). Ma oggi, nel progredire sempre più trascinante dei processi di destrutturazione e instabilità della società post-moderna, nella rapidità con cui i mutamenti ridefiniscono continuamente le cornici dell'azione sociale e ancor più quelle dell'agire simbolico messo in scena dai media dell'immaginario, questi cedimenti morali ed etici sono interpretati piuttosto come decisioni volte a cogliere nuove opportunità (agganci, scatti, deviazioni, rotture e ricostruzioni di rapporti che una linea di condotta prestabilita non può "comprendere"). Così, revocare una propria precedente convinzione diventa segno di liberazione, un valore: mostra la capacità di distaccarsi da un regime fisso di credenze.

Nel campo del vincolo matrimoniale il tradimento mette allo scoperto, più che in altri settori, una componente emotiva profondamente radicata nella lunga durata dei linguaggi del corpo, delle regole a cui il soma è "costretto", asservito da insiemi di norme dette e non dette. L'opposizione infedeltà-fedeltà può richiamare molte altre coppie oppositive. Si è fatto cenno all'opposizione tra monoculturalismo e multiculturalismo. Essa evoca a sua volta quella tra monoteismo e politeismo. Dentro questi conflitti possono essere lette altre opposizioni, tutte inscrivibili nel divergere di valori tra emergenze della produzione ed emergenze del consumo (a partire dalle "macchine celibi", la formula con cui le avanguardie storiche hanno definito un tipo di creatività socialmente sterile, disinteressata al "matrimonio" tra valori diversi, alla loro mediazione e socializzazione, e incline invece alla dissipazione delle proprie energie, a una dimensione simbolica tanto più significativa quanto più in-utile, a un piacere privo di intenzioni procreatrici). È qui in gioco, quindi, anche l'opposizione tra la sfera delle "cose fondate" e quella delle "cose infondate", del gratuito, dell'irrilevante, della "leggerezza" (delle mode e ora delle tecnologie): in sostanza è in gioco ciò che stride tra il mondo religioso e

il mondo laico, tra chiusura in direzione del Cielo e apertura in direzione della Terra. E anche tra la determinazione etica della tragedia (un mondo che lascia al massimo una sola via d'uscita) e la dispersione morale della commedia (un mondo polifonico, aperto a rinnovare l'intreccio delle proprie storie; un mondo "senza fine", simile ad esempio allo spirito delle soap opera).

Cosicché, la figura che emblematicamente si oppone ai principi ispiratori della monogamia è Don Giovanni, tanto quella ammantata dallo splendore e dalla sofferenza del libertino, dalla sua filosofia della conoscenza, quanto quella più corrente, celebrata in modo particolare dalla commedia cinematografica italiana. Figura, quest'ultima, socialmente condannata – senza neppure il premio di finire tra le fiamme dell'inferno – a moltiplicare in modo patologico il proprio narcisismo, la propria tecnica, il proprio desiderio, la propria frustrazione: una sorta di turismo e culturismo che funzionano da forma parassitaria delle vigenti regole del matrimonio proprio e altrui, regole tanto forti e di lunga durata storica da costituire sicurezza e conforto, ma non abbastanza *presenti*, attive, da impedire una loro "eroicomica" trasgressione, da non sentire la voglia di accerchiarle, scavalcarle, viverne il rovescio in una discontinua catena di "episodi", scorribande, appuntamenti, intrusioni e fughe (atti di una vitalità proporzionale al loro fallimento, alla loro implicita impossibilità).

Infine l'ultima e forse la più significativa opposizione cui rifarsi è quella tra innamoramento e amore, perché, per quanto essa sembri riconoscere al mutamento ogni primato e fondarsi sul contrasto tra due diverse dimensioni fenomenologiche piuttosto che sul rigoroso rispetto di una cultura monogamica, alla fine risulta fondare sull'enfasi dell'innamoramento proprio la solidità dell'amore, sulla capacità poietica del movimento trasgressivo proprio la stabilità della condizione istituzionale.

"Movimenti collettivi a due" li chiama Francesco Alberoni (1979). Le tesi di questo sociologo, elaborate a

vent'anni dalla fine del Novecento, sono collocate in una società ancora strutturata e dunque è interessante rimarcare che qui i valori espressi dall'innamoramento hanno la qualità di un rituale di fondazione (pulsione erotica, abbandono dei precedenti legami, ridefinizione del proprio tempo e spazio, del loro uso, ricostruzione della cerchia amicale, reinterpretazione del proprio lavoro). La fascinazione, il rapimento, l'alterazione emotiva nell'innamorato/a servono ad avvalorare una nuova certezza La fenomenologia qui espressa sembra prendere in considerazione i passaggi da un amore all'altro, da un'istituzione all'altra, da una cornice di legittimità all'altra, dando all'innamoramento come trasgressione (o al movimento collettivo come sconvolgimento degli assetti sociali) la funzione non tanto o non soltanto di deviare o trasformare ma piuttosto di restaurare l'ordine perduto (è questa forza coesiva che – "alla fine", come alla fine di un film – si "riproduce" nonostante lo slittamento dei soggetti e dei contesti verso altre situazioni). Assai più trasgressiva sarebbe stata un'analisi che invece di glorificare lo "stato nascente" annidato nell'innamoramento, avesse rivolto lo sguardo nella sottile trama di affetti, tattiche, diversivi, espedienti, con cui l'amore – dato come relazione stabile (di cui il matrimonio è la sanzione pubblica o religiosa, ma non la sostanza emotiva e l'effettivo incardinamento domiciliare) – riesce a essere praticato, vissuto, valorizzato.

La miscela degli stadi di innamoramento e amore è stata peraltro fortemente condizionata da un immaginario eterosessuale e fortemente maschilista, in cui il conflitto tra innamorarsi e amare viene in larga misura sommerso da quello tra presenza e assenza di attrazione sessuale (opposizione costruita dall'imposizione stessa del reciproco vincolo tra sesso, monogamia e dunque fedeltà). Il corpus delle narrazioni mediali prodotto lungo tutto l'arco del Novecento mostra tuttavia straordinarie trasformazioni nel modo di percepire la monogamia. Si pensi alla progressiva liberazione della donna dalla sua prigione dome-

stica, dal suo ruolo privato, e alla conseguente assimilazione del suo comportamento al comportamento sociale e dunque più mondano, più trasgressivo, dell'uomo. Tanto che dall'interdizione assoluta – morale e penale – che ancora negli anni Cinquanta colpiva la moglie che tradisce il marito e l'amante che lo distoglie dai suoi doveri, dal suo contratto familiare, si è passati alla lettura in positivo di personaggi femminili che mettono alla prova l'autenticità del loro ruolo e sperimentano la qualità dei loro desideri. Tuttavia, solo la promiscuità sessuale dell'esperienza gay, decollata prima di rientrare sotto la minaccia dell'AIDS, ha mostrato di volere e sapere uscire dalla corteccia di sentimenti imposti dalla lunga durata di una millenaria educazione socioantropologica (anche di questo il cinema ha cercato di rendere conto, e naturalmente anche i prodotti cartacei e video della pornografia). Con la nuova sensibilità emersa nella dimensione post-industriale sembrano infine prevalere un eccesso di innamoramento, di infedeltà, destinato a non placarsi nella qualità di un regime istituzionale, di una sua "restaurazione" dopo la burrasca di passioni che hanno sconvolto il precedente assetto relazionale sino a spezzarlo.

Se sfruttiamo sino in fondo l'analogia tra spazio della coppia e spazio sociale – e questo è stato uno dei pregi maggiori dell'analisi di Alberoni – la componente di disagio e dolore che trafigge la separazione tra chi "si è amato" illumina anche ogni altra zona esperienziale in cui la vita quotidiana si mette in conflitto con la vita sociale, o questa con quella. L'imitazione con la variazione, la ripetizione con l'immaginazione. Proprio a queste forti analogie tra dolore amoroso e dolore sociale del resto ha sempre fatto allusione l'immaginario melodrammatico della letteratura popolare e del cinema (per non fare il caso ancora più evidente del "fotoromanzo"). La lunga durata di vincoli che sono entrati a fare parte del comportamento psicofisico del legame amoroso reagisce qui alla violenza con cui l'incremento del dis-ordine e dell'im-previsto e al contempo

dell'anomia spinge la persona a desiderare come felicità e liberazione il dolore del distacco e dell'abbandono. Anche di questi temi l'immaginario letterario, cinematografico e in particolare televisivo si è fatto specchio e a volte rielaborazione, discussione (si pensi alla fortuna dei talk show dedicati a separazioni, tradimenti, coppie infelici – drammi tradotti in intrattenimento, in fiction, "finti", dunque, ma già consumati nei retroscena della vita quotidiana, offerti all'ingordo desiderio di rispecchiamento del pubblico, come spettacolo del dolore, come verità ottenuta attraverso l'effetto speciale delle lacrime).

Il sacramento del matrimonio e il comandamento di fondare la vita delle genti su legami monogamici si rivelano essere non solo specifici dispositivi, perfezionati dalla modernità al fine di controllare l'istituzione della famiglia e gli scopi delle relazioni erotiche, ma anche modelli culturali di riferimento per altri dispositivi interiorizzati dagli attori sociali dei sistemi moderni e operanti nella sfera privata e pubblica, grazie a una stessa congiunzione tra spontaneità e coercizione. I linguaggi generalisti dei mass media, nella loro storia sociale, hanno funzionato non solo come luogo in cui si esprimono tutti questi dispositivi ma anche come apparato espressivo intimamente conforme, affine, omologo alla loro natura. Ma cosa sta accadendo o è prossimo ad accadere con lo slittamento verso i personal media, verso i linguaggi digitali? Qui cade la distanza – e dunque lo dimensione spettacolare – grazie alla quale lo schermo si intrattiene con il pubblico. Qui viene meno il gioco di reciprocità tra interiorizzazione ed esteriorizzazione delle norme sociali (interazione che nella dimensione dei linguaggi generalisti resta comunque in mano a chi governa le tecnologie della rappresentazione). Con il computer lo spettatore si fa attore e regista. Ha una "macchina", uno strumento che lo stimola a trasformarsi di sua iniziativa, a scegliere lui stesso quali vincoli rispettare e quali trasgredire: se essere monoculturale o multiculturale, domestico o nomade, fedele o infedele.

Da sempre insinuata tra mutazione antropologica e mutazione sociale, la tecnologia, scavalcando adesso in potenza e rapidità i tempi e le forme della società, è integralmente sprofondata nei tempi e nelle forme della dimensione antropologica dell'essere umano, liberandola dal dominio della scrittura che del rapporto tra tecnologia e mutamenti sociali è stata il collante, ha fatto da autorità, intellegibilità, mediazione e sanzione. Si tratta di una liberazione che ha la violenza di uno strappo, poiché avviene con dolore e spaesamento della carne, quella che lacrima, gode e soffre fisicamente: piange, ride e muore. Ciò che è ancestrale si innesta o meglio si ritrova innestato in una piattaforma tecnologica che, usata nella sua dimensione moderna, industriale, massificata, funzionava come dominio e eccitazione sul corpo della società: spingere alla guerra un popolo – si pensi al caso del nazismo ma anche a qualsiasi altra guerra che si voglia legittimare come giusta – significa sfruttare il sentimento ancestrale della paura e del desiderio di sopravvivenza utilizzandoli sia come "combustibile" per le tecnologie che si impiegano per fare le guerre, sia come mezzi per rappresentarle in modo credibile.

Ora, invece, nell'epoca di Internet, ad accedere direttamente alle piattaforme tecnologiche sono i terminali psicofisici, antropologico-culturali, della persona. Non più le masse socialmente trascinate dalla tecnologia ma le moltitudini (in quanto pluralità di singoli, collettività disancorate dalla norma monoculturale di essere popolo o classe o società). Le loro sensibilità personali ora possono usare direttamente la tecnologia. Tecnologia multimediale, multirelazionale, poligamica e politeista. La sua potenziale qualità è quella di agevolare sempre più il passaggio dei suoi utenti da un approccio sapienziale a un approccio esperienziale, procedendo per errori e non grazie a conoscenze pregresse.

Spostando l'ottica di questo discorso sul versante dei corpi che usano la tecnologia e sui contenuti delle loro strategie, ecco allora che riusciamo a scorgere nuove sog-

gettività, impegnate a verificare le reali condizioni di trasformazione di ciò che a loro più appartiene, la nuda vita del proprio corpo, la cultura ancestrale sino a ora filtrata e governata dalla società civile. All'orizzonte di queste nuove consuetudini di processi espressivi allo stato nascente – in grado di rivoluzionare in breve tempo ogni vecchia forma di diritto pubblico e privato – il lavoro di chi avanza usando l'errore invece che il sapere sembra annunciare il tempo del dolore piuttosto che quello della felicità (su cui politica e industria hanno fondato il loro fascino). Tempo comunque di sperimentazioni sul proprio corpo, di tagli, montaggi e *morphing* (dal linguaggio cinematografico stiamo passando alle manipolazioni selvagge degli hacker, coloro che aprono varchi facendo a pezzi e frantumando ogni proprietà passata, "etichettando" il mondo a partire da se stessi).

Forse proprio questa consapevolezza del dolore, che una tecnologia finalmente alla portata della persona riesce a rendere interamente percepibile, può spiegare il doppio movimento dei sentimenti di paura e attesa che caratterizzano il presente, spesso miscelandosi tra loro in modi incoerenti, imprevedibili. Da un lato, sul versante del timore, la tendenza a ricomporre i vecchi legami, a confermare sacramenti e comandamenti dell'ordine religioso e civile per arginare le dinamiche centrifughe e trasversali che la desocializzazione post-moderna sta producendo. Dall'altro lato, sul versante della speranza, la tendenza a esasperare l'esperienza della trasgressione, ad andare oltre il dolore attraverso il dolore. Arti, sport, turismo, look, abbigliamento, sessualità vanno in questa direzione: una sorta di guerre localissime, tribali e fortemente rituali, tese a sperimentare nuove pratiche di metabolizzazione del conflitto tra se stessi e il mondo.

Nell'incastro reciproco di questi opposti movimenti, i galatei e le astuzie della convivenza borghese stanno svaporando a causa della caduta non dei conflitti quanto piuttosto dei confini tra chiusura delle culture monogami-

che e apertura di quelle poligamiche (che altro se non un inarrestabile sconfinamento tra una e l'altra scelta è lo spettatore televisivo quando vive sullo schermo una monogamia o un tradimento che non osserva nella realtà? oppure quando, nel videogame, il corpo del giocatore agisce con comportamenti criminali, operazioni di sterminio, profanazioni e delitti?). A essere messa in discussione – al proprio interno e al proprio esterno, dentro e fuori casa, tra domicilio e domicilio, famiglia e famiglia, nazione e nazione, etnia ed etnia, corpo e corpo – è "la regola e l'eccezione" delle culture occidentali, il loro ormai ineludibile impatto con altre "zone" dell'esperienza umana che, rispetto alla storia dei fondamenti moderni, hanno avuto un diverso percorso e immaginano diversi destini.

Morphing
Francesco D'Orazio

L'identità è incatenata al corpo. Non a caso l'identificazione del cadavere passa attraverso il riconoscimento del corpo. Ma se state scappando da un killer che ha un corpo di metallo liquido polimorfico che può trasformarsi a suo piacimento in ognuna delle persone di cui più vi fidate sulla faccia della terra, cosa vi fa pensare che la persona che avete davanti non sia proprio lui?

Osservando uno sconosciuto, già dalla prima occhiata, siamo in grado di farci un'idea di che tipo di persona sia.

> Il meccanismo cognitivo che porta dalla percezione degli indizi attraverso gli organi dei sensi a una attribuzione delle caratteristiche astratte, costituisce quello che si chiama processo d'inferenza (Paicheler 1989).

I tratti della sua personalità ci appaiono in qualche modo evidenti, a partire da alcune sue caratteristiche fisiche. Gli "oracoli del sentimento", come li definiva Johann Caspar Lavater nel suo *Essai sur la Physiognomie* alla fine del Settecento, sono proprio quelle "evidenze" attraverso le quali diamo forza ai nostri giudizi "a prima vista". La fisiognomica conobbe la sua massima fortuna nel XVIII secolo quando Charles Lebrun e Johann Caspar Lavater sostennero che l'aspetto fisico di un individuo, in particolare la sua conformazione facciale, poteva essere associata a determinati tratti della personalità. Charles Lebrun aveva tentato di costruire una morfotipologia universale fondata su tre tipi base che si definivano per la posizione e la forma degli occhi. Alla fine dell'Ottocento l'impiego della fotografia aveva condotto al delirio questa logica indiziaria: la foto segnaletica e il ritratto composito di Francis Galton erano

diventati gli strumenti per la costruzione di una "teoria scientifica dell'identificazione" (Sekula 1986).

La fisiognomica, le "scienze dell'identificazione", ma anche le teorie della personalità (dal "modello della totalità" alla "teoria implicita della personalità" fino ai "prototipi astratti") si basano tutte sull'esistenza di un corpus di regole di inferenza, più o meno sistematizzato, che permette di correlare corpi e identità. Ma questo processo di identificazione a partire dall'interpretazione di indizi di tipo corporeo è efficace solo finché è vero che i corpi non sono soggetti a metamorfosi repentine e che quindi esiste un legame stabile tra il corpo e l'identità. Ma se invece i corpi potessero mutare? Come sarebbe possibile orientarsi sapendo che un'unica identità può manifestarsi attraverso molteplici corpi?

Il cinema, la letteratura, il fumetto e il teatro, si sono divertiti spesso a mettere in scena la rottura del sistema di corrispondenza corpo-identità. Dafne si trasforma in una pianta di alloro, Bruce Banner diventa l'Incredibile Hulk, Gregorio Samsa si trasforma in uno scarafaggio gigante, Jeff Goldblum in una mosca, l'impiegato occhialuto protagonista di *Tetsuo* in un mostro metallico, Ranma passa con disinvoltura dal sesso maschile a quello femminile, ecc. Ognuna di queste storie mette in scena il trauma della trasformazione. Ma lo mette in scena fino a un certo punto. Prima del *morphing* era raro assistere al momento in cui la carne del volto si decomponeva per assumere poi una nuova forma. La trasformazione spesso non veniva mostrata e quando era visibile risultava poco credibile, o meglio, non era l'atto della trasformazione in sé ad apparire visivamente inquietante. La trasformazione veniva accettata e diventava credibile in quanto elemento della narrazione. Con l'arrivo del *morphing* l'effetto della trasformazione cambia. La forza orrorifica della metamorfosi consisteva nel mostrare la possibilità di una rottura dell'equivalenza tra una forma corporea stabile e una determinata identità. Il *morphing*

è inquietante perché mostra il flusso fotografico della metamorfosi, la prova lampante, l'evidenza innegabile dell'incubo realizzato: i corpi sono mutevoli e quindi l'identità non è riconducibile al corpo. Lo scollamento tra corpo e identità è totale e ogni corpo diventa una potenziale minaccia perché non è identificabile. È questo l'incubo in cui vive Sarah Connor, protagonista di *Terminator 2* di James Cameron (1991), il primo film a impiegare in modo massivo il *morphing*. Nel film il T-1000, interpretato da Robert Patrick, è un robot di metallo liquido in grado di assumere qualsiasi forma. Riesce a passare attraverso sbarre d'acciaio liquefacendosi nei punti d'attrito, può sciogliersi completamente in una pozzanghera di metallo e ricomporsi con disinvoltura in una forma umana. Tutto ciò che lo colpisce può bucarlo, squarciarlo, farlo a pezzi, ma il metallo liquido, inesorabilmente, riprende sempre la sua configurazione originaria. L'effetto speciale che ha reso possibile la realizzazione di un personaggio simile è il *morphing*, una tecnica inventata da Tom Brigham all'inizio degli anni Ottanta:

> Fondamentalmente il mio obiettivo era riuscire a trasformare una foto in un'altra. La reazione solita di quelli con cui parlavo della mia ricerca era uno sguardo attonito, tipo Uh? In effetti nessuno capiva che bisogno ce ne fosse.

Finalmente nel 1981 Brigham riuscì nell'intento: il suo programma di *morphing* trasformò il volto di una donna nel muso di un gatto.

La metamorfosi tra due o più immagini è una tecnica visuale molto diffusa ed è stata realizzata in molti modi diversi, dalla dissolvenza incrociata alla *stop-motion*, ai metodi della grafica computerizzata. La qualità delle immagini processate attraverso il *morphing* sta nel fatto che non si lavora trasformando letteralmente un'immagine di partenza in una di arrivo. In realtà avviene una doppia modificazione per cui sia l'immagine di partenza che

quella di destinazione si deformano gradualmente assumendo l'una le sembianze dell'altra e mentre la prima si dissolve (*fade out*) la seconda acquista sempre più consistenza (*fade in*). Anche la stop-motion poteva riprodurre una metamorfosi ma richiedeva capacità molto elevate, un lavoro faticosissimo e il risultato non sempre ripagava gli sforzi profusi. Non che il *morphing* sia molto meno impegnativo: per realizzare le cinquanta inquadrature "speciali" di *Terminator 2* (meno di cinque minuti di film), la Industrial Light and Magic (la casa di produzione di effetti speciali creata da George Lucas) impiegò circa un anno di lavoro. Il *morphing* comunque non è esploso solo grazie a *Terminator 2*. L'effetto speciale di Brigham è stato il vero protagonista di *Black or White*, un video di Michael Jackson del 1991, nel quale si poteva assistere a una sequenza di primi piani di soggetti di razze e sesso differenti che si trasformano uno nell'altro. Prima del 1991 il *morphing* venne usato in *The Abyss* per dare forma all'alieno liquido di Cameron (1989) o, l'anno precedente, in *Willow* di Ron Howard (1988), in cui il *morphing* apparve per la prima volta al cinema. La scena in questione è quella in cui Willow tenta di restituire a Fin Raziel le sue sembianze umane: una metamorfosi complessa in sei stadi, in cui Patricia Hayes è prima una capra, poi uno struzzo, un pavone, una tartaruga, una tigre e finalmente un essere umano. Le dinamiche di naturalizzazione della visione hanno ovviamente avuto il loro corso anche a spese del *morphing* imponendone un riposizionamento all'interno delle economie narrative dei progetti cinematografici. Così il *morphing* è stato impiegato in modo meno eclatante ma con risultati comunque strabilianti. Ne *La morte ti fa bella* di Robert Zemeckis (1992), l'effetto veniva usato per far ringiovanire le mani rugose di Meryl Streep; ne *Le due Torri* di Peter Jackson (2002), il *morphing* viene utilizzato per far ringiovanire il volto del Re di Rohan, Theoden una volta liberato dall'incantesimo di Saruman il Bianco.

Il *morhping* non rimane confinato allo schermo. Il lavoro dell'artista francese Orlan per esempio, si fonda proprio sulla possibilità di digitalizzare e manipolare la carne, sullo spostamento continuo delle possibilità di sofisticazione del naturale. In effetti il confine tra naturale e artificiale è sottile. Dopotutto la mutazione appartiene alla nostra natura. L'invecchiamento produce in un tempo molto dilatato quella metamorfosi naturale che, se si consumasse in un lasso di tempo più ristretto, chiameremmo *morphing*.

Morte

Alberto Abruzzese

Le discipline che studiano la morte vengono raggruppate nel termine complessivo tanatologia. Un luogo ricorrente in questa metadisciplina è costituito dall'impossibilità di conoscere effettivamente l'oggetto della propria analisi. Si può parlare solo intorno, ai bordi, a proposito della morte, non si può conoscere la morte. Dunque siamo di fronte al limite cognitivo per eccellenza, a una realtà che – da noi non costruita – ci è data come dimensione irriducibile del reale. Essa permea di sé ogni cosa. Tutte le grandi riflessioni sul mondo, tutte le opere del suo ingegno e delle sue arti, hanno al loro fondo il senso inaudito e inaudibile della morte. Tutte le grandi attività creative: dalle più primitive forme di sensibilità religiosa ai grandi sistemi sociali. Tutte gettate nella paura e nel pensiero della morte. Essa è il fondamento negativo della vita individuale e collettiva. Ultimo e primo medium della civiltà umana e del nostro corpo. Tutti questi irriducibili aspetti non hanno altro riscatto se non la dimensione del sacro o la razionale rassegnazione al destino umano, altro palliativo se non uno spirito comunitario proiettato nella felicità celeste o uno spirito di laica appartenenza alle leggi sociali e alle etiche di cui esse fanno uso e disuso. O una cura dell'anima che sopravvive alla morte o una cura del corpo che, appartenendo al mondo, nel mondo deve trovare i suoi valori e fini.

Tutto questo è in relazione con la comunicazione. Quanto più la morte ha cessato di venire elaborata esclusivamente nelle cornici del sacro, la comunicazione pubblica – cerimonie, feste, arti – si è fatta luogo in cui elaborare il senso della morte e, mediando tra tradizione e modernizzazione, fornire punti di equilibrio "significativi" per l'ordine sociale. Con i mass media dell'industria cul-

turale e quindi nel pieno dei processi di modernizzazione e desacralizzazione, le forme della morte penetrano in ogni genere della fiction, diventando il riferimento, la cartina di tornasole, per tutti i temi della socializzazione, del conflitto, dell'identità, siano essi trattati nella loro dimensione pubblica o privata. È possibile trovare una cifra unica in questa profusione di allusioni dirette o indirette alla morte? Seppure in modo frammentario, proponiamo qui alcune angolazioni genetiche sul rapporto tra morte e media che crediamo capaci di almeno accennare alla complessità di questa domanda.

Cominciamo dalle mitologie sulla nascita dell'immagine riprodotta, forme di interpretazione mitica del linguaggio della scultura e della pittura che, non a caso, riemersero, data la sua intenzionalità popolare, emotiva, persuasiva, nella letteratura fantastica ottocentesca (Bettini 1992): la "invenzione" dei primi ritratti sarebbe il frutto del bisogno di rappresentare il simulacro dell'amato, assente, per viaggio o per morte; dunque darlo per presente attraverso il procedimento artificiale dell'illusoria riproduzione del suo corpo. Il desiderio dell'assente si fa possibile "trasferendosi" nel desiderio della rappresentazione. L'assenza e la distanza dal faccia a faccia affettivo, il vuoto che ne è derivato, crea, produce surrogati.

Si ricordino le raffigurazioni medievali (memori di sacre rappresentazioni), i quadri rinascimentali e le rappresentazioni barocche, in cui la morte appare in scena come personaggio. Un teschio fa spesso da alterco o specchio alla bellezza femminile, alla giovinezza e alla ricchezza. Siamo qui nell'ambito del "memento mori". Dalla "lanterna magica" in poi, la morte verrà fantasmagoricamente evocata a fini religiosi ed educativi per convincere il credente alle pene d'inferno a cui lo porteranno i peccati del mondo e della carne, il desiderio delle cose terrene. Dietro le immagini di massima felicità e leggerezza – per esempio la figura di un putto che gioca con le bolle di sapone – si nasconde la realtà della morte.

Nella letteratura tanatologica ritroviamo un costante riferimento a un breve racconto di Lev N. Tolstoj (1828-1910), *La morte di Ivan Il'ic*, scritto tra il 1884 e il 1886, in cui l'autore descrive il precipitare nella più terribile e solitaria esperienza della malattia terminale di un uomo che ha vissuto tutta la sua vita seguendone l'aspetto più superficiale, dedicandosi alle mode e al consumo di una vita agiata, osservando una condotta professionale e familiare entro le norme. Norme, tuttavia, volute dalla distrazione morale della vita moderna dai valori della società contadina. A ben vedere è assai più una versione laica del "memento mori" che un racconto votato a dire l'indicibile della morte. Di particolare interesse risulta il modo in cui Tolstoj sanziona l'impotenza e inadeguatezza della società (famiglia e gruppi amicali), della giustizia e della medicina nei confronti della "verità" cui l'evento mortale rimanda. Nell'insieme di questo racconto, la morte diventa lo specchio anamorfico degli atti e conflitti umani, sgretolando ogni loro coerente ordinamento e svelandone l'inganno, l'errore, l'effettivo dis-ordine, la sostanziale insensatezza.

I mille e mille film o romanzi in cui la morte viene oggi esplicitamente trattata mostrano meccanismi espressivi analoghi agli esempi che qui abbiamo proposto: l'eccitazione estetica, simulacrale, dei sensi come compensazione della morte; il "memento mori" dovuto a una società dei consumi sempre più votata all'effimero e all'egoismo personale, perché riscopra il significato più profondo dei legami sociali e/o religiosi; la critica e la continua rinegoziazione delle norme morali, etiche, giuridiche di fronte alla natura del male, della malattia, dei conflitti mortali (soggetti e cause, effetti e vittime della morte). Paradossalmente l'orgia di immagini proposta dal divertimento e dall'intrattenimento di massa, nasconde al suo interno una sorta di implicita pulsione iconoclasta.

Sul finire del Novecento si è affermato un tema cinematografico – derivato non tanto dalla fantascienza quan-

to piuttosto dalla commedia americana – in cui vengono sconvolte le leggi naturali che affidano alla morte il compito di apportare “tagli” irreversibili al tempo progressivo dell’esperienza familiare (morte del padre, della madre, dei parenti). Il desiderio – come nel mito di Orfeo ed Euridice – di rendere reversibile il tempo, offre qui straordinarie variazioni per un’analisi freudiana trasformata in narrazione, avendo modo di rendere tecnologicamente credibile la possibilità di ritornare all’infanzia e ritrovare così la viva presenza dei defunti, spingendosi a intrattenere con questi rapporti inconsciamente desiderati, ma socialmente impossibili, tabù.

Del resto il punto d’incrocio tra linguaggi digitali e biotecnologie, attraverso lo straordinario sviluppo dell’ingegneria genetica, sta spostando la speranza di immortalità dalla sfera celeste a quella terrestre. Anche in questo caso, l’immaginario collettivo trova nei prodotti dell’industria culturale l’elaborazione simbolica sia dei desideri di sopravvivenza sia dei sensi di colpa – religiosi e sociali – che a loro volta questi desideri alimentano. Le immagini sempre più dilaganti di vastissime popolazioni condannate a morire e di ambienti sempre più deteriorati dalle logiche dello sviluppo industriale ingenerano conseguenti immagini di colpa nei confronti di Dio e degli uomini. Assai spesso, la scena mediale è il risultato di un conflitto senza quartiere tra immagini trionfanti e immagini pazienti della morte.

Morti
Alberto Abruzzese

Destinati a crescere assai più dei viventi, i morti hanno progressivamente mutato la loro presenza nel mondo mano a mano che la riproducibilità tecnica e ora i new media hanno stabilizzato la loro immagine, esteso le loro memorie, connesso le loro narrazioni, facendoli continuamente rifluire nell'immaginario contemporaneo. Ciò che rivendichiamo come vita da contrapporre alla morte è dunque tutt'altro che distinto da quest'ultima. I modelli di comportamento moderni tendono a ridurre al minimo questa consapevolezza, ma ne sono imbevuti invece i consumi e in particolare quelli dell'infanzia (si pensi ai fumetti e ai videogiochi).

La morte costituisce un versante della riflessione occidentale particolarmente attento non alla dimensione lineare di un tempo religioso (ebraico-cristiano, dunque monoteista e messianico, finalizzato) e storico-progressista, ma alla dimensione ciclica di mondi tribali (primitivo, pagano, politeista) e comunitari, in cui l'evento della morte non è razionalizzato ma ritualizzato, metabolizzato in forme culturali che lasciano larghi margini di interazione tra ciò che negli uomini vive e ciò che attraverso il loro morire si rigenera in modo simile alla natura. Nei popoli primitivi, molte delle pratiche cosmetiche per la cura del corpo – droghe, unguenti medicamentali, pozioni iniziatiche – si fondavano su materie organiche in decomposizione e proprio questo loro carattere liminare (sulla soglia tra salute e malattia, alimento ed escremento, integrità e putrefazione, vita e morte) era ritenuto benefico per guarire e per ornare il proprio corpo.

Lo spirito della modernità ha sempre più rimosso l'irriducibilità della morte, separandola dalla vita, occultando in situazioni specifiche e "separate" – ospedali, cronicari, cimiteri – i traumi legati alle malattie terminali e alla

scomparsa dei congiunti. Tuttavia l'industria culturale novecentesca, proprio ricorrendo alla qualità fantasmatica del piccolo e grande schermo (che del resto sviluppava la letteratura fantastica e horror dell'Ottocento, nonché la funzione della fotografia come sopravvivenza domestica del volto dei cari estinti), ha popolato la fiction di morti viventi (vampiri, zombi). Ha cioè reso visibile nelle narrazioni filmiche e televisive ciò che le comunità primitive credevano in modo immaginario attraverso rituali tesi a dare un contenuto "riequilibratore" ai "révénants", cioè ai morti che ritornano in vita a ragione di un torto subito e di una colpa non espiata. Nella sua sempre più acuta attrazione per il cadavere umano e per la sua irrefrenabile necessità di ritornare tra i vivi, invadendo case, villaggi, città, metropoli, shopping center, questo imponente volume di prodotti audiovisivi ha costituito – dai primi del Novecento sino ai giorni nostri – il crogiuolo di un sentimento tribale e comunitario molto realistico eppure profondamente divergente dal realismo sostenuto su basi razionali, sociali, giuridiche. In questo ambito simbolico, luogo di traumi e paure sensoriali, si è sviluppato lo spazio virtuale di esperienze dionisiache – smembramenti dei corpi, cannibalismo, riti sacrificali – a cui le culture postmoderne, in particolare quelle che vengono definite postumane, fanno sempre più riferimento in termini non solo evasivi (divertimento o uso gratuito della violenza), ma anche e sempre più pertinenti alla natura dei fenomeni di desocializzazione e risacralizzazione della società contemporanea, al degrado genetico del sistema ecologico terrestre, alle farmacopee per l'immortalità o immunità della carne, all'immaginario bioingegneristico delle clonazioni, dei cyborg e di ogni altra figura in cui la forma aperta, innumerevole, del "mutante" si è sostituita alla rappresentazione dei corpi extra-terrestri creati dalla fantascienza (quella della prima metà del Novecento, non a caso prima che la bomba atomica cominciasse a collocare i contenuti e le immagini dell'alieno nel corpo dei nativi).

Mostro
Alberto Abruzzese

Quando andiamo a vedere una Mostra, ci attendiamo da essa un modo emotivamente suggestivo di comunicare con noi, smuovere il nostro immaginario, farci viaggiare nell'inatteso, nell'ignoto, donarci la sensazione di entrare in vivo contatto con gli oggetti della memoria. "Monstra" (cose che si mostrano) è l'etimologia latina del termine con cui si designano questi luoghi di una visione del mondo fondata sull'emozione percettiva, scenica, sulla "meraviglia". Assai diversa, quindi, da quella – didattica, educativa e storicista – del libro, del museo e della scuola.

Anche "mostro" ha la stessa etimologia: una figura che si distingue per la forza immaginifica con cui le sue forme sconvolgono l'ordinaria percezione della natura e degli uomini, per la paura che incute il loro carattere caotico, assai più che alieno, straniero, strano. Creatura informe. Figura ibrida, spesso tra l'umano e il bestiale, in cui una diabolica scissione tra anima e carne, spirito e materia, esclude ogni sua pur minima armonia, ogni pur velata bellezza. Figura dell'inferno, della notte, dell'ombra, del profondo. Profanazione della integrità naturale e divina attraverso la congiunzione dei due rispettivi domini. Da rappresentazione della qualità pre-umana e dis-umana del sacro nei rituali primitivi, si è spinta a essere immagine anti-umana e anti-divina nelle visioni apocalittiche delle religioni cristiane (seppure in modi diversi, secondo la loro minore o maggiore vocazione iconica): minaccioso simbolo del male che insidia e corrompe l'anima e il corpo. Oggi, l'insieme di valori incarnati nel mostro si collega alla sensibilità post-moderna per il "sex appeal dell'inorganico" (Benjamin 1982; Perniola 1994), per le commistioni genetiche del corpo umano, per il suo fondersi con cose in tutto o parzialmente inanimate: dalle piante e dagli animali alle immateriali "macchine" del computer.

Figura di “sorvegliante”: si dispone sulle linee di confine, appare nelle foreste, avendo in sé il dono di ammonire, distruggere e salvare. Così nei miti, nelle leggende e nelle favole. Così nel Carnevale e nelle feste. Le chiese romaniche e gotiche esibivano mostri scolpiti nella pietra (si pensi alle *gargouilles* animate dalla Disney nella traduzione in cartoons del celebre romanzo *Notre Dame de Paris*), creati dalla contaminazione tra elementi pagani ed elementi cristiani. Tra terra e cielo, morte e vita. Mostri apparivano nelle “fantasmagorie” che, usando lanterne magiche e altri “trucchi scenici”, da spettacolo edificante si fecero spettacolo profano a partire dal Settecento. Di molti mostri si popolò la letteratura fantastica ottocentesca, assorbendo nell’iconografia tradizionale ogni nuovo e realistico tratto informe – delittuoso, eccitato, perverso – della vita metropolitana. Sino ad assegnare una vocazione mostruosa all’anima stessa del progresso scientifico e sociale, narrandolo, descrivendolo e disegnandolo con la tragica sofferenza, fisica e psicologica, di Frankenstein, figura già tutta moderna non dell’inferno ma della fabbrica e dell’inconscio; con il doppio volto, benigno e maligno, del dottor Jekyll e di Mister Hyde. Sino a dare statuto di divi alle vittime umane e sociali che la cieca mostruosità della natura trasforma in fenomeni da baraccone e in piacere dello spettacolo come Elephant Man, mostro nel corpo ma non nell’anima, o a Jack lo Squartatore, primo grande serial killer della civiltà moderna e della lunga serie di mostri nell’anima e non nel sembiante.

Attingendo alla contemporaneità, agli scenari caotici e spesso umanamente degradati della metropoli, l’illustrazione a stampa aveva potuto sviluppare il desiderio di vedere raffigurati i mostri che, prima, la scrittura poteva affidare soltanto all’immaginazione popolare (pagana, folklorica, chiesastica) del lettore o all’iconografia della tradizione colta. Di moltissimi mostri da subito si popolò il cinema, sfruttandoli come motore dello sviluppo dell’industria cinematografica di massa. Traducendo sullo schermo ciò che, prima, la stampa aveva scritto e illustrato, già organizzato in generi

di prodotto e di pubblico, il cinema attestava la sua capacità di "mostrare", la sua vocazione apocalittica (e cioè rivelatrice) a enunciare gli ingranaggi emotivi della "macchina" moderna, del modo d'essere della società industriale. Esiste una stretta affinità tra le figure mostruose che da allora in poi il cinema avrebbe sempre messo in scena e il suo stesso modo di produzione, il linguaggio di cui dispone per rappresentare qualsiasi narrazione e qualsiasi personaggio: sullo schermo i luoghi, gli oggetti e i corpi, frantumati e ridefiniti dal montaggio filmico, diventano appunto "monstra". Divinazioni: intrusioni fantasmatiche che, apparendo ai sensi del mondo, pretendono di essere viste in quanto sono attese, desiderate. Esse ricreano la dimensione sacra che genera miti e culti. Processo conseguente alla separazione moderna tra la mondanità delle cose terrene e la celeste immateriale grandezza delle cose divine. I mostri e il cinema in quanto mostro varcano dunque proprio questa soglia. Etimologicamente divino e divo appartengono alla stessa autorità del "meraviglioso", ma anche dello "strano", in quanto totalmente altro, totalmente diverso. Tutti attributi del mostro, appunto altro e diverso dalla luce e dalla bellezza: nemico del divino, ma prossimo al sacro, poiché nel sacro male e bene, brutto e bello, insano e sano coesistono. Quindi il cinema, attraverso la forma meravigliosa del divo – eccesso di felicità o di orrore, di bellezza o di caos – risacralizza l'orizzonte divino che è venuto meno nel mondo moderno.

Di tutto ciò la televisione si è fatta strumento di diffusione e penetrazione, veicolando gli interi archivi del cinema ma anche contaminando la tradizione sacra, religiosa e letteraria del mostro attraverso calchi e innesti dei mostri della cronaca. E, così facendo, ha contribuito, grazie al doppio movimento tra immaginario e società, a trascinare sempre più l'una nell'altra la sfera finzionale del fantastico e quella tendenzialmente informativa della politica, della moda e della pubblicità. Ma questa forma di socializzazione televisiva, pur continuando a lavorare su mitologie collettive, rivela quanto la potenza del divismo cinematogra-

fico sia connessa a fattori direttamente riconducibili alle arti del sublime (risultato che la TV ottiene solo quando incarna eventi particolarmente traumatici, la morte e non la vita del divo). L'inclinazione televisiva per divi e mostri di ordinaria amministrazione è segno di una contraddizione interna ai linguaggi generalisti: fare spettacolo di "monstra" della memoria di massa, sfruttarne il perdurante gradimento, ma allo stesso tempo contribuire a una loro progressiva dissacrazione. Del resto, il progressivo disgregarsi dell'identità collettiva a opera dei processi di demassificazione messi in opera dalla società post-industriale sottrae l'energia intensiva ed estensiva necessaria a creare e far durare miti e mitologie. I conflitti ma anche le integrazioni tra globalizzazione e localismo dei mezzi di produzione e delle forme di consumo sembrano favorire l'attesa di nuove dinamiche di sacralizzazione, di nuove figure dell'alterità, di nuove forme di disordine. L'avvento dei personal media e della riproducibilità digitale del mondo sembra a sua volta destinato a esasperare questa direzione, facendo venire meno i territori che sino a oggi sono stati luogo di incubazione della figura simbolica del mostro: muta i rapporti tra immateriale e materiale, fantasma e corpo, ordine e disordine; corrode gli stereotipi necessari a disegnare qualità immediatamente riconoscibili dalla collettività, in grado cioè di diventare il "luogo comune" in cui riconoscere o fare emergere mostri; riporta nell'interiorità della persona o nello spirito della comunità il desiderio che li genera. Al soggetto post-umano si apre dunque un orizzonte nuovo: quello di ricreare la propria forma di meraviglia. Quello di ritrattare se stesso, nel doppio senso di rinegoziare il proprio ritratto. Grazie alla tecnica del *morphing*, i linguaggi digitali sono in grado di superare la dialettica contrapposizione del montaggio fotografico e cinematografico e le fluide mediazioni di una immagine nella dissolvenza dell'altra. Così si torna all'origine stessa del mito di Narciso, la liquida immagine in cui – pena la morte – bisogna imparare a riconoscersi.

Musica
Francesco D'Amato

La formula più elementare usata per definire la musica è "organizzazione di suoni". Si tratta evidentemente di una definizione incompleta, in quanto non tutte le strutture sonore vengono comprese in termini di "musica". D'altra parte ciò che alcune persone identificano come musica, o come tipi specifici di musica, può non essere definito allo stesso modo da altre. Dunque la musica implica anzitutto una concezione del "musicale", socialmente costruita e culturalmente specifica, che funziona come cornice attraverso cui distinguere e riconoscere le forme sonore. L'operazione di "inquadramento" che consente una precomprensione di base delle forme musicali avviene perlopiù attraverso procedimenti metaforici o classificazioni di genere (individuate in base a tratti formali, stilistici o performativi che rinviano a "tipi" istituzionalizzati).

Un approccio sociologico allo studio della musica potrebbe configurarsi allora come indagine dei processi coinvolti nell'istituzionalizzazione e nella negoziazione dei saperi attraverso cui diverse musiche si costituiscono come realtà sociali. D'altra parte si potrebbe privilegiare un'analisi orientata in senso "mediologico", in cui vengano posti al centro dell'attenzione i modi, le attività e le circostanze attraverso cui la musica contribuisce a mediare la percezione della realtà e dell'identità, la formazione del legame sociale, la costituzione di un ordine, la configurazione dell'agire. Ciò avviene attraverso l'articolazione sia del livello simbolico che del livello patico dell'esperienza.

Da un lato infatti la musica può essere usata per comunicare (ad esempio la "musica di protesta" o la pratica di registrare i brani preferiti agli amici per "dire" qualcosa su di noi) o per attingere informazioni su situazioni ed

eventi (l'uso di determinati generi dice qualcosa sui cerimoniali che accompagnano, così come le colonne sonore contribuiscono a "incorniciare" la situazione filmica). Dall'altro viene quotidianamente compresa anche come strumento in grado di contribuire ad attivare stati fisici o mentali desiderati (scatenarsi, rilassarsi, evocare immagini o situazioni, strutturare l'atmosfera di un incontro), a uscire da stati insoddisfacenti (tristezza, stress, noia), a modulare i parametri estetici dell'agire (livello di energia, di attenzione, motivazione).

L'analisi dei processi diacronici di trasformazione e di interazione dei modi di concepire, di legittimare, e di attualizzare in pratiche concrete la comprensione della musica in funzione di ordine e pathos individua allora un modo efficace di articolare un'analisi socio-mediologica della musica storicamente contestualizzata.

Nell'ambito della storia musicale occidentale, dopo la parentesi medievale in cui la sola concezione legittimata era nei termini di teoria matematico-cosmologica, la rivalutazione della musica come strumento di "mozione" degli affetti e di diletto si afferma in coincidenza con l'attribuzione a essa di nuove funzioni nell'ambito dei fenomeni di urbanizzazione, di mondanizzazione e di transizione dall'ordine feudale alla società di corte. La sociomusicologia ha indagato, fra le altre cose, i rapporti fra nuove declinazioni della musica – inclusa l'istituzionalizzazione di una sua finalità retorica – e la specificità del processo di razionalizzazione e di convenzionalizzazione delle tecniche musicali occidentali.

Un sistema di organizzazione industriale della produzione musicale comincia a strutturarsi con l'apertura dei teatri d'opera a pagamento. Il clamoroso successo dell'apparato operatico porta le prime tecniche di standardizzazione e di "pseudo-individualizzazione", le prime forme di divismo, la messa in scena del "meraviglioso", le tensioni fra pubblico e privato in merito al controllo di un mezzo di visibilità pubblica, le dialettiche fra rappresentazio-

ne istituzionale e divertimento, fra stabilizzazione del gusto ed effimero, e infine una elaborata routinizzazione, professionalizzazione e gestione imprenditoriale dell'attività musicale. Parallelamente si sviluppa la prassi amatoriale nella sfera domestica borghese, dove vengono coltivati gusti, competenze, investimenti affettivi e culturali, che saranno rilanciati nei dibattiti relativi all'estetica e alle funzioni sociali della musica, contestualmente al formarsi dell'opinione pubblica.

Mentre il primo teatro d'opera accessibile al pubblico pagante risale al 1637 (il San Cassiano a Venezia), i concerti pubblici di musica strumentale risalgono al 1672 (Londra). Quest'ultima, a lungo considerata in modo critico per la difficoltà a "significare" con precisione, in assenza dell'associazione alle parole, è oggetto di completa rivalutazione nell'ambito del Romanticismo. Qui l'assoluta specificità della musica viene privilegiata e legittimata in quanto espressione autentica, in grado di esteriorizzare in maniera "im-mediata" e "fluida" i "movimenti" che informano l'esperienza percettiva e affettiva in cui le cose si fanno soggettivamente reali, si autenticano. La musica non offre più tanto una rappresentazione di significati e sentimenti oggettivi che la realtà suscita, quanto di realtà soggettive, vivificate nell'esperienza individuale.

Parallelamente, già dalla fine del XVIII secolo, vengono istituzionalizzate le cornici discorsive della "musica colta", del "folk" e del "popular", che rispondono in maniera differente al problema della costruzione di valore dei consumi musicali, in un regime di mercato capitalistico-industriale e in un contesto di differenziazione del tessuto sociale metropolitano (Frith 1996).

Mentre le spinte centrifughe delle diverse avanguardie destrutturano progressivamente i sistemi normativi di orientamento alle prassi compositive ed esecutive – aprendo sempre di più al rumore, all'automazione, al caso e ai contesti della quotidanità – l'avvento delle più importanti tecnologie di fissazione e riproduzione del

suono (1877 fonografo di Edison, 1887 grammofono di Berliner) consente sia una più efficace oggettivazione dei repertori di tradizione orale, sia la possibilità di nuove confluenze fra “musicale” ed “extramusicale”. La natura dei media destinati a trattenere, trasmettere e riprodurre le performance musicali (non solo dischi e radio ma anche cinema) incidono sulla loro lunghezza, costruzione e funzionalizzazione; esse concorrono a loro volta ad attribuire senso allo spazio discontinuo di esperienza che i primi configurano.

Lo sviluppo di tecnologie per la produzione e il consumo di musica registrata fornisce gli strumenti per la strutturazione, dai primi del Novecento, della moderna industria musicale di massa, che fa convergere nello spazio domestico diversi “mondi musicali”: tanto culture musicali istituzionali e idealizzate quanto frutti di “metissage” e di spaesamenti dello spazio metropolitano, quali il jazz. Il successo di forme “romanticizzate” di derivazione afroamericana (il jazz in particolare costituisce il principale intrattenimento musicale a cavallo degli anni Trenta e Cinquanta) da un lato porta al centro dei *soundscapes* mediatizzati la “doppia coscienza” che manifesta l’ambivalenza delle strategie di identificazione dell’Occidente moderno, oscillante fra integrazione ed esclusione (Gilroy 1993); dall’altro origina una tensione, portatrice di innovazioni musicali, verso l’evasione creativa dai vincoli di tale dialettica.

Anche altre dinamiche d’innovazione sono state comprese (a volte in maniera iper-semplificata) nei termini di dialettiche che ne definirebbero la matrice moderna: “centro-periferia”, “*mainstream-underground*”, “musica-rumore”, disciplinate all’interno del sistema produttivo tramite l’articolazione del rapporto simbiotico fra *major* deterritorializzate e *indies* radicate nella dimensione locale.

La trans-gressione, fondamentale cornice di narrativizzazione di tali processi e di ri-costruzione di valore nel “popular”, trova esplicita formalizzazione nella cultura rock. Nel rilanciare la dimensione pubblica-spettacolare e

nell'integrarla a livelli più flessibili con le possibilità di appropriazione esclusiva (grazie anche a nuove tecnologie per la prassi amatoriale e per la dislocazione e privatizzazione della fruizione) il rock articola nuove possibilità per la dinamica di identificazione e di-vertimento, configurandosi come strumento ideale per l'elaborazione di identità che individuano segmenti sempre più molecolari (ma anche trasversali) di mercato. Inoltre, attraverso l'impiego di tecnologie per la manipolazione del suono, il rock ratifica la centralità del "sound" come elemento strutturante delle moderne popular music occidentali, tanto che il ruolo di produttori e ingegneri del suono sopravanza spesso quello dei compositori in senso tradizionale.

Da un lato, tale manipolazione si è indirizzata verso l'accentuazione di gesti performativi idiosincratici – che fin dagli inizi della fonografia tendono a sopperire l'assenza del corpo rendendolo "musicalmente tangibile" – o viceversa verso l'alterazione delle sue rappresentazioni musicali (ad esempio distorsioni della voce e gesti performativi fuori dalle possibilità del corpo umano). Dall'altro, ha consentito di attualizzare preesistenti tendenze alla spazializzazione della musica (dalla fondamentale costruzione dello spazio stereofonico, alle sofisticate possibilità di arrangiamento, sovraincisioni, uso di effetti), nonché di dare forma a diverse concezioni della musica: dalle architetture prevalentemente "testuali" alla maggior presenza di stimoli cinetici e di interazioni fra i molteplici movimenti sonori che elaborano lo spazio musicale (Eisenberg 1987; Jones 1992; Fabbri 1996).

Non a caso tali disposizioni sono predominanti nelle culture del ballo – che contribuiscono ad alimentare – e in particolare in molte delle attuali musiche techno. Qui la peculiare organizzazione di ritmo (fondamentale dispositivo di esperienza del corpo) e sound all'interno di "flussi stratificati e circolari", ribadisce e al tempo stesso rielabora le inclinazioni al di-vertimento estetico e all'esperienza "ambientale" della musica, prendendo decisamente

le distanze dalla ricezione di un contenuto discorsivo-affettivo articolato nello sviluppo melodico e armonico (Agostini 2001).

Altre caratteristiche che compongono il panorama musicale contemporaneo sono la sempre maggior presenza di forme e generi pensati (e definiti) in funzione della strutturazione "precisa" dei contesti dell'esperienza o dei parametri estetici dell'agire (ad esempio le musiche adatte a vari tipi di attività fisiche o a specifiche circostanze); lo sviluppo di tecnologie che consentono un'analoga manipolazione personale del proprio habitat sonoro, dai vari strumenti di privatizzazione mobile dell'ascolto (nonché della produzione, come il *laptop*) all'*ubiquitous computing*; l'ubiquitizzazione delle fonti e degli ascolti musicali (DeNora 2000; Kassabian 2001).

Nazione
Germano Scurti

> Una democrazia per funzionare ha bisogno di lealismo e solidarismo civico; queste virtù civiche, nel cuore e nella testa della gente, non discendono semplicemente dal principio universale della cittadinanza, ma esigono l'identificazione con una qualche comunità concreta d'appartenenza. Tradizionalmente questa comunità, culturale e politica insieme, porta il nome di nazione (Rusconi 1993).

È, dunque, l'identificazione con gli altri in una vita comune particolare che definisce ciò che tradizionalmente chiamiamo nazione. Nei confronti dello Stato, sin dalla Rivoluzione francese, essa costituisce appunto la rappresentazione simbolica di valori condivisi, che giustificano l'esistenza di un noi comunitario all'interno e all'esterno di uno specifico territorio, il quale proprio da questa idea trova la sua legittimità geopolitica. Nel far funzionare il meccanismo di inclusione ed esclusione, eguaglianza e differenza, identità e alterità, sulla base di parametri legati all'origine etnica e all'appartenenza culturale, la nazione viene a rappresentare il momento simbolico della sfera politica, la sua "immaginazione" (Anderson 1983). Il risultato di un'elaborazione complessa che ha visto il potere statale e le sue élite dirigenti costituirsi su un territorio delimitato e svolgere un ruolo nucleare, teso a scendere nel sentire dei suoi abitanti e a confrontarsi con ciò che è rimasto e rimane escluso dalla loro sovranità. Rivela pertanto un potere e un sapere, dalla natura poietico-verticistica, che, procedendo dall'alto verso il basso, assorbe e omologa ogni strato dei suoi antecedenti tessuti territoriali e culturali. Oggi la nazione definisce il senso delle grandi appartenenze e al tempo stesso il senso del loro compimento: la conclusione di un processo che, per realizzarsi nel suo esito finale, è dovuto passare prima attraverso una costruzione

autoritaria e poi attraverso la crisi dell'essere-in-comune delle forme tradizionali e moderne della comunicazione, del sostrato materiale dei legami sociali e della solidarietà. La nazione esprime una politica dello spazio in cui "il luogo diventa sempre più fantasmagorico" (Giddens 1990), quindi una forma culturale che astrae dalle condizioni sociali della sua produzione. Il tema della solidarietà nazionale, la natura della comunità, appartengono alla funzione e alla storia dei mass media, ossia a quegli strumenti di produzione e diffusione del sapere che hanno operato una ridefinizione degli equilibri istituzionali nella direzione di una politica dello spazio, del luogo e del tempo. È grazie alle tecnologie della comunicazione, in particolare grazie alla scrittura e alla televisione generalista, al *broadcasting* pubblico, che la pluralità delle tradizioni è stata separata dal luogo fisico di produzione per essere reinterpretata nel territorio dello Stato-nazione. Ovvero, in una forma di "mediatizzazione" dell'appartenenza che, collegando sempre di più i mondi privati ai mondi pubblici, le identità soggettive alle forme generaliste dell'intrattenimento collettivo, ha consentito agli individui di prendere le distanze dalle tradizioni locali, dal familiare e dall'abituale, dando luogo appunto a una qualche organizzazione riflessiva della propria identità. È in questo contesto che si sono praticati i processi di socializzazione che le agenzie tradizionali non erano in grado di realizzare. Si è giocato qui il conflitto tra persona e nazione, in una società di massa che ha posto la questione dell'identità collettiva in termini di pubblico, ossia nei termini di una relazione strutturale tra testo e consumo. Si tratta di un arco di esperienze che ha comunque prodotto modelli di sviluppo anfibi, destinati a transitare da relazioni sociali fondate su rapporti verticali (che di fatto hanno costruito la nazione) a modelli di agire sociale di natura orizzontale (che la stanno decostruendo). Il risvolto epocale dello spirito nazionale, il legame tra il sistema politico rappresentativo e i media generalisti, sembra infatti schiacciato ormai da operazioni globali e locali,

da una moltiplicazione delle esigenze di consumo, tanto esasperate che trabordano dalla sua natura mediana. Si sta consumando il passaggio da una tecnica "molare" come quella mediatica, a una "molecolare" come quella digitale: da una comunicazione generalista a una individualizzata e interattiva, che sembra scardinare i regimi classici della testualità, il contratto sociale moderno che ha stabilito le differenze tra chi narra e chi è narrato, tra chi scrive e chi legge (Lévy 1994; 1995).

È alla luce di queste derive che dovremmo cercare di capire lo scarto tra il sapere centrato sulla verticalità di se stesso e le tonalità emotive decentrate; tra un'identità di tipo normativo e la forza d'urto di una singolarità centrifuga e demassificata che ha cominciato a configurare altri modi di abitare il mondo.

New Media
Alberto Abruzzese

Esiste una vasta letteratura sulla dimensione dei new media. Ma manca lo sforzo di rendere espliciti i poteri che si contendono i territori dell'esperienza. Manca la volontà di chiarire la natura del processo oltre gli schieramenti in cui sino a oggi siamo stati irretiti. La riflessione teorica sui nuovi media – emblematica quella di Pierre Lévy – assai spesso sembra dimenticare che tutte le promesse dell'innovazione digitale e telematica possono venire meno se non si delinea la forza di una soggettività sino a oggi repressa ma proprio per questo in grado di spezzare la continuità del Moderno e di ingoiarlo. In Italia, intellettuali di spicco come Umberto Eco o Furio Colombo hanno fatto la loro scelta: parlano dei new media a nome dei vecchi soggetti, cioè del "soggetto storico" di quel *modo di sapere* che essi credono o vogliono credere indifferente all'innovazione. In loro continua ad albergare il *principio di continuità*. Offrono la loro intelligenza per divorare il diverso e non per esserne divorati, per consegnarsi al banchetto. Si riconoscono l'un l'altro come custodi e non come *padroni* o *traditori*.

Resta in ombra la scelta opposta: evidenziare quanto più possibile la differenza tra i linguaggi della riproducibilità tecnica e quelli digitali. Tra una tecnologia industriale che opera sui testi e sul loro mercato distributivo e una tecnologia post-industriale, che opera direttamente sulla percezione e sul desiderio. Bisogna mettere al centro delle metamorfosi del presente una soggettività che non può più essere quella del patto sociale tra scrittori e lettori. In questo patto storico, nella sua lunga durata, si dispiegano non solo tutte le strategie che hanno caratterizzato il processo di socializzazione della civiltà moderna; non solo lo sviluppo della scrittura come matrice dei lin-

guaggi audiovisivi (di cui si è garantita il controllo attraverso il dispositivo della *sceneggiatura*). Ma vi si dispiegano anche le forme dell'arte, i rapporti tra artista e pubblico, tra pubblico e critica, tra critica e mercato.

Già la neotelevisione – cioè la fase estrema della TV generalista – ha lasciato emergere per la prima volta corpi quasi in tutto estranei al patto sociale tra scrittura e lettura: gente che non aveva i tratti socio-antropologici né dello spettatore dell'industria culturale di massa né del cittadino della civiltà metropolitana, tantomeno quindi del soggetto della politica moderna, quello delle classi, dei movimenti, del lavoro, delle istituzioni, dei partiti, dell'identità collettiva nazionale. Il mondo della scrittura e della critica – della stampa e della cultura – ha subito assegnato a questa gente gli attributi del *barbaro*, le qualità del disordine e della destabilizzazione. I sorveglianti della tradizione sono insorti in difesa dei vecchi produttori e dei vecchi consumatori, senza domandarsi (o dire) che cosa potesse significare l'invasione barbarica della scena televisiva nazionale. Essendo *incolti*, questi soggetti sono reputati *cattivi* e, essendo senza memoria istituzionale, sono definiti i*ncivili*, senza cittadinanza, senza coscienza politica. Subendo il paradigma dominante nelle élite sociali (con poche correzioni dilagato nell'opinione pubblica a mezzo della stampa, fattasi "élite di massa"), questi nuovi soggetti hanno ricevuto attenzioni soltanto strumentali: demagogiche o repressive o sprezzanti. Abbiamo così assistito al paradosso per cui un'esigua contro-élite, essendo in grado di interagire con questi nuovi pubblici e dunque di abitare intelligentemente lo spazio televisivo, è stata messa al bando dalle élite storiche, sino al giorno prima assai convinte del mandato divulgativo e popolare dell'intellettuale quanto della sua funzione scandalosa.

Al contempo il principe – attratto da una democrazia diretta televisivamente governabile al pari di quella rappresentativa – ha cominciato, seppure con discrezione e spesso sottobanco, a servirsi sempre più dei mediatori te-

levisivi dell'audience piuttosto che dei mediatori culturali. A loro volta, alcuni persuasori professionisti hanno imparato sin troppo bene a intrattenersi con il principe, a destreggiarsi nel gioco tra informazione e potere, senz'altro possibile referente che se stessi in quanto venditori. La povertà comunicativa – quindi conoscitiva e politica – delle vecchie élite intellettuali è stata così forte ed evidente da lasciare interamente il campo alla qualità di un sistema di potere tanto complesso quanto fatalmente incollato alla brutalità o rozzezza delle proprie regole. Il reiterato – quasi rituale – dibattito sul rapporto tra cultura e TV è divenuto il segno più emblematico della connivenza tra i limiti endemici del ceto intellettuale e i limiti altrettanto endemici del ceto politico e istituzionale.

Ora, tra il dominio della TV, che *fa vedere*, e lo spazio del pubblico e della società civile, che *guarda*, si è intromesso il computer, che *dialoga*. La sua capacità interattiva si contrappone alla tendenziale asimmetria dei media generalisti e della società dello spettacolo. L'interrogazione dominante è sul destino di questo nascente conflitto: integrazione con la società di massa o sua radicale negazione? *Mass computer* o *personal computer*? L'avvento del computer costituisce la punta estrema delle tecnologie, dunque dei poteri che ne hanno prodotto la fattibilità sociale corrispondendo a un insieme di fattori disomogenei: la guerra, le scienze pure e applicate, il mercato dei giochi.

Proprio in quanto attrezzatura estremamente duttile, adatta a corrispondere a ogni bisogno e a ogni forma d'uso, la comunicazione digitale ha la qualità di poter aprire accessi sociali di natura globale quanto locale, previsti quanto imprevisti, amichevoli quanto aggressivi. Non ha la rigidità delle macchine industriali, che sono commisurate alla determinata funzione che assolvono, alla modellistica sociale che servono, ai valori che diffondono. Dunque i nuovi media possono non rendere altrettanto semplice o quantomeno ripetibile l'operare dei sorveglianti. Nati come massima necessità di controllo e di simulazio-

ne, introducono tuttavia nuovi livelli conflittuali, nuovi fattori di squilibrio.

Il computer è (può essere) uno spazio aperto e malleabile, non rigido come oggi risulta il televisore. Il televisore nasconde o maschera i vertici che lo governano e mette in luce la piazza che lo consuma; il computer, per quanto sia ancora – o sembri essere – una strategia élitaria, tecnoscientifica, mette in gioco qualcosa che è sentito dalla corporeità diffusa dei consumatori, che già c'è, che attende da molto tempo: qualcosa che – dopo un intero lungo ciclo di artificializzazioni del corpo e di progressivi esoneri delle sue membra – riemerge tra noi. Qualcosa che, grazie ai linguaggi digitali, può finalmente esprimersi *fuori della nostra mente*: un aumento prodigioso delle simulazioni, al di là di ogni tradizionale analogia con la realtà, con le sue costruzioni sociali e con le sue immagini schermiche. Questo qualcosa è la possibilità di agire il tempo e lo spazio *mediante la corporeità delle cose*: soggetti, oggetti, relazioni, territori, memorie. I confini relativamente ancora circoscritti delle nostre protesi corporali si stanno aprendo a una dimensione inconcepibile per l'economia politica della riproducibilità tecnica.

Siamo agli albori. Tuttavia la qualità principale delle nuove tecnologie è la rapidità con cui il mercato abbassa i loro costi e facilita la loro interfaccia con l'utente. Il computer è un eccezionale traduttore – divulgatore – di se stesso; lo è in quanto dispositivo capace di rapide metamorfosi e non in quanto inerte diffusore, puro veicolo di sodalizzazione. Si trasforma a misura delle aspettative che può soddisfare: le insegue e anticipa. È un attrezzo integralmente culturale: non solo spazio ma anche tempo, non solo immagini audiovisive ma anche insieme di oggetti e strumenti di lavoro o di piacere, non solo produzione ma anche consumo, non solo agire sociale ma anche memoria e progetto. Ed è quest'attrezzo che entra nello stesso potenziale di sviluppo universale di mezzi familiari e personali come la cucina, il frigorifero, l'auto, il

telefono e il televisore. La generalità che esso deve arrivare a soddisfare – offrendo sempre più facili interfacce – riguarda trasporti, comunicazione, mercato, relazioni pubbliche e private, servizi, prestazioni, divertimento. Quanto più il computer, per essere usato, si emanciperà dal sapere della scrittura, dal suo potere di comando, tanto più si potrà approssimare alla corporeità illetterata del consumatore, alle sue risorse palesi e latenti, all'estro dei suoi desideri. Questo è il delicato transito socioantropologico che ci è di fronte.

Si tratta quindi di servirsi del computer non come antidoto della TV in quanto barbarie, disordine e destabilizzazione, ma al contrario come rilancio di questi dirompenti valori in una rete comunicativa che ne sappia esprimere il senso riposto, la soggettività reclusa, il non-detto. Si tratta di usare il computer per recuperare il nostro corpo e la nostra esperienza, quella parte di noi e quella parte di territori che la civiltà della stampa e dell'immagine ha oscurato per consentire lo splendore di una trasparenza collettiva altrimenti impossibile (e tanto necessaria allo sviluppo della società di massa).

Se ci si colloca dentro questa nuova soggettività *analfabeta*, allora ogni tradizione artistica moderna perde terreno e memoria, sprofonda nella persona. Nel cyberspace – che della persona è *il luogo senza luogo* – l'artista si fa *nessuno*, cioè finalmente uno e tutti. L'opera si fa incursione e arbitrio del desiderio: è il consumatore a farsi *creatore* e *critico*. Per un aspetto, la comunicazione digitale si apre al fenomeno – dal punto di vista estetico così irritante o quantomeno inqualificabile – dei tanti poeti, scrittori o pittori che si definiscono artisti trovando la loro legittimazione soltanto nel proprio desiderio di esserlo. Per altro aspetto, crea le condizioni atte a cancellare il carattere provinciale del protagonismo artistico e a dissolverlo in una condizione poietica generale.

Norme
Alberto Abruzzese

Le grandi narrazioni mediatiche del cinema e della televisione – siano esse la fiction oppure l'intrattenimento – mettono in campo personaggi, gruppi e collettività che si dividono e scontrano sul piano di norme "interiori" e di norme "esteriori" che in determinate situazioni personali o mutamenti sociali entrano in attrito tra loro. I generi di massa sono andati trasformandosi grazie alle variazioni dovute a questi attriti. Essi vanno rivisti lungo la tradizione di pensiero fondata da Marcel Mauss, sviluppata dal concetto di "non sapere" elaborato da Georges Bataille, e ripresa recentemente da Arjun Appadurai nel contesto delle teorie sulla globalizzazione e sulla "polverizzazione" dei paradigmi moderni (Appadurai 1996). Nell'ambito dei conflitti normativi vanno considerate due dimensioni "drammatiche" assai ricorrenti nei plot dell'industria culturale. Una consiste nella differenza tra la "lunga durata" delle "tecniche del corpo", fondate sull'imitazione e sulla ripetizione (Mauss 1936), e il ritmo più accelerato dei linguaggi sociali, lo sviluppo lineare e non ciclico delle loro forme sapienziali, i mutamenti relativamente repentini della tecnica moderna, degli ambienti artificiali, delle mode. L'altra dimensione consiste nella differenza tra le norme esteriori di una "società disciplinare" e le norme interiori di una "società del controllo". In particolare è stata la riflessione compiuta da Michel Foucault a mettere in rilievo il passaggio da dispositivi che agiscono sulla società a dispositivi che invece agiscono direttamente sui corpi e attraverso il linguaggio quotidiano piuttosto che attraverso gli apparati giuridici e polizieschi; più attraverso le libertà dei regimi democratici che attraverso i vincoli dei regimi autoritari.

Questo complesso intreccio tra vincoli di diversa qualità, forza e natura riguarda non solo la struttura narrato-

logica dei prodotti mediali, i messaggi che essa veicola (come e perché le regole vengono trasgredite e come gli attori di queste trasgressioni vengono legittimati o meno, si ricompongono nel quadro di nuove regole o non sopravvivono al loro disordine). Ma riguarda anche la stessa loro "messa in forma" e cioè la loro produzione e i soggetti – scrittori, sceneggiatori, registi, tecnici, attori – che vi lavorano. Qui si apre un fitto intreccio di vincoli disciplinari e di pratiche autocensorie e al tempo stesso di espedienti atti a contraddire o accerchiare la gamma di controlli espliciti che vengono dai sistemi sociali ed economici in cui il processo produttivo si realizza.

Le culture dell'antagonismo moderno – contro il capitale e contro il mercato – tendono a leggere il transito da forme di controllo materiale verso forme di controllo immateriale solo come un salto di qualità delle strategie di dominio che, prima sovrane sull'identità sociale dei singoli e delle masse, si sono ora fatte sovrane sulla sua stessa vita biologica con il concorso delle strategie spettacolari dei media e infine dell'innovazione cibernetica. Ma tanto i modi di produzione dell'immaginario quanto i modi di consumarlo sembrano non essere indifferenti alla contraddizione in cui si collocano processi espressivi che, dalla lunga durata moderna delle tecniche dello schermo e dell'innesto dei new media digitali alla ben più lunga durata delle tecniche del corpo, hanno certamente assorbito in sé la società del controllo ma hanno anche imparato a usarla, a manipolarla, deviarla. In modo non dissimile, del resto, le rigide regole morali imposte dalla censura al cinema hollywoodiano fruttarono forme di erotizzazione e desiderio, eccesso e trasgressione, assai più potenti delle immagini che si volevano non "far vedere" alla sfera pubblica e il cui vuoto è stato invece assai più generativo.

Olocausto

Alberto Abruzzese, *Luigi Caramiello*

Lo sterminio degli ebrei nella Germania di Hitler, la *shoah*, è senza alcun dubbio una delle azioni più ignobili di cui l'uomo si sia macchiato nell'intera storia. Nei lager nazisti si è scritta una delle pagine più orrendamente buie dell'umanità. La "soluzione finale" (Mayer 1996), per le sue folli e assurde motivazioni, per la sistematicità e il metodo con cui è stata organizzata e perseguita, rappresenta un episodio tragicamente peculiare, difficilmente assimilabile ad altre vicende storiche. Ed è quindi giusto che la memoria contemporanea salvaguardi il concetto della sua singolarità. Eppure, benché sia terribile doverlo ammettere, bisogna ribadire che sul piano più ampiamente storico, antropologico e sociologico, la logica del sacrificio è una modalità tragicamente interna alla sfera del comportamento umano e sociale.

L'olocausto, correttamente inteso come sacrificio umano, ha una tradizione antica e un fondamento sia simbolico che "razionale". Quasi tutte le società di cacciatori e raccoglitori sono state dedite al sacrificio umano (Harris 1984). Il tabù verso l'antropofagia vigeva, infatti, unicamente in rapporto ai membri del proprio microcosmo. Il prigioniero di guerra, catturato dalla banda di cacciatori nomadi, per ragioni persino "tecniche" non può che essere sacrificato, "passato a fil di spada" (Baudrillard 1976), ucciso e divorato. È soltanto così che egli può risultare utile alla vita della comunità, tanto sul piano materiale quanto sul piano simbolico. È solo con l'avvento della società stanziale agricola che il prigioniero viene conservato come schiavo e utilizzato nel lavoro dei campi. Anche in quest'assetto sociale, tuttavia, la logica del sacrificio cruento non si estingue ma si perpetua accentuando il suo carattere simbolico e rituale. Nell'antica Grecia la vittima dell'olocausto diventa il *phar-*

makos, il “capro espiatorio” (Girard 1975), la medicina per curare i mali della società, placando quell’ira degli dei che ha causato la pestilenza, l’inondazione, l’uragano, la sofferenza collettiva, la morte, il lutto. Ci vorranno secoli perché al *pharmakos* si sostituisca il *pharmakon*, perché alla vittima sacrificale si sostituisca cioè una vera e propria medicina (l’oppio, sostanzialmente) capace di lenire il dolore e curare una malattia dell’individuo o della collettività che non attiene semplicemente alla volontà divina, ma riguarda l’organismo biologico, o il *corpo* sociale.

Nell’antica società giudaica, quanti Abramo hanno dovuto portare i loro Isacco sul colle per offrirli in olocausto al Signore, prima che qualche angelo, finalmente, si decidesse a fermare la sua mano? È così che nel bacino del Mediterraneo si annuncia il principio del rispetto della vita umana: “non uccidere”, sublime precetto che acquisisce la sua piena centralità nel cristianesimo. Cristo sarà l’ultima vittima a essere immolata per la salvezza della comunità, e il rituale eucaristico non rinuncerà a trasfigurare in una metafora cruda e sublime il modello primigenio: “prendete e mangiatene tutti, questo è il mio corpo”. Ma ad assicurare realmente la vita della comunità, insieme all’agnello (di Dio), sarà il pane, il vino, l’olio. Il grano, la vite, l’ulivo: la società agricola ha raggiunto uno stadio maturo e il rituale cristiano – 2000 anni fa – è stato il potente e suggestivo *spot* del suo progetto di globalizzazione evangelica.

Tuttavia, proprio quei fedeli cristiani che avevano annunciato il quinto comandamento saranno sacrificati a migliaia nei circhi romani in onore dei riti e costumi della civiltà pagana. Ma una volta assurte alle soglie del potere, le vittime si trasformeranno a loro volta in carnefici. Dalle crociate allo sterminio delle sette gnostiche, alla persecuzione degli eretici, all’Inquisizione, il cristianesimo si macchierà per secoli di crimini orrendi. I cristiani, in fondo, erano solo esseri umani e sociali come tutti gli altri: quando hanno voluto o dovuto sono stati terribilmente crudeli.

Quando gli spagnoli sbarcarono nel nuovo mondo, nel Centro dell'America il dominio politico era nelle mani degli aztechi, uno dei popoli più sanguinari della storia. Gli aztechi erano dediti al sacrificio sistematico di decine e decine di migliaia di prigionieri catturati nel corso di guerre continuamente scatenate contro le nazioni circostanti per procurarsi carne fresca da consumare nei loro banchetti (Harris 1984). Può sembrare strano che in una società di coltivatori, nel XVI secolo, sopravvivesse ancora il cannibalismo, scomparso da millenni nel vecchio mondo. Il fatto è che la civiltà azteca era una società agricola molto particolare, progredita e arcaica nello stesso tempo, avanzata in quanto a sistemi di irrigazione ma terribilmente arretrata, per esempio, sul piano zootecnico. Non solo non avevano i cavalli, ma non allevavano neppure bovini e quindi la carne scarseggiava sempre (Harris 1990). Per questa ragione l'olocausto, il sacrificio umano, l'antropofagia, erano aspetti centrali del funzionamento dell'intera loro società, peraltro capace di usi, cerimonie ed edifici di grande splendore economico ed estetico.

Fu per questo che le popolazioni della mesoamerica si allearono con gli spagnoli, contro gli aztechi, permettendo a poche centinaia di soldati di sottomettere un esercito e un impero che disponeva di decine di migliaia di guerrieri. Ai popoli sottoposti alla dominazione azteca una sola cosa risultava chiara: gli spagnoli non li avrebbero mangiati. Era vero, ma non potevano immaginare che gli spagnoli li avrebbero letteralmente sterminati, senza neppure mangiarseli. Che avrebbero attuato il loro olocausto semplicemente in nome del potere della corona, delle sue esigenze economiche e di espansione politica, della conversione alla fede cristiana, della *missione* civilizzatrice. Alcuni dati possono fornire una più esatta nozione delle dimensioni del genocidio: si stima che gli indios delle Americhe fossero all'inizio del Cinquecento più di ottanta milioni. All'incirca cinquant'anni dopo ne restavano solo dieci milioni. Limitando il discorso al Messico, prima del-

l'arrivo dei conquistadores vi erano venticinque milioni di abitanti. Nel 1600 la popolazione era ridotta a un milione di persone (Todorov 1991).

Altrettanto impressionante la quantità di delitti dovuti all'olocausto degli schiavi, morti fra i loro escrementi nelle stive delle navi negriere, massacrati o buttati a mare. Cifre spaventose, che segnalano una dimensione di barbarie e orrore protrattasi fino all'Ottocento. E con analoghe violenze collettive esordisce il "secolo breve", cioè il Novecento. In piena modernità, la deportazione attuata da Stalin dei piccoli proprietari, dei contadini kulaki, dei dissidenti, avrebbe provocato, in quei viaggi terribili verso la Siberia o nell'inferno del *gulag*, la morte per stenti di una ventina di milioni di persone (Todorov 1991). E cifre non troppo distanti si contano tra le vittime di quella vera e propria carneficina che fu la rivoluzione culturale di Mao. In anni ancora più recenti il despota cambogiano Pol-Pot massacrò circa due milioni di persone per realizzare una politica di rieducazione del popolo, colpevole di essersi "imborghesito". E potremmo elencare molte altre stragi di massa. Infine Hiroshima e Nagasaki, le due città giapponesi rase al suolo dalla bomba atomica. Nessuna attenuante civile e umana possono invocare quelle particolari forme di olocausto costituite dagli atti di violenza terroristica – omicida e suicida – che segnano tragicamente la storia e la cronaca contemporanea in contesti non solo autoritari ma anche democratici, e che sono culminati nelle tremila persone seppellite sotto le macerie delle Torri Gemelle: vero e proprio olocausto di New York paradossalmente "condiviso" dalla crisi dell'intero sistema mondiale dei suoi opposti interessi e valori.

Qualsiasi singolo delitto può avere una sua motivazione e ancor più se ne possono fare scudo i sacrifici collettivi. Il giudizio nei confronti dell'atto di uccidere non dovrebbe tuttavia dipendere né da criteri qualitativi (distinguere tra delitti "buoni" e "cattivi") né da criteri quantitativi (una vittima è meno grave di dieci e ancora meno grave di mil-

le). Tuttavia sappiamo bene che un complesso insieme di valori e norme regolamentano i diversi punti di vista sociali e politici sui delitti e sulle pene. Sappiamo, cioè, che la soglia tra l'accettazione o il rifiuto dell'atto di uccidere – come ogni altra azione umana – è frutto di negoziazione tra diversi regimi e domini di senso. Sappiamo che i conflitti sociali si fondano su rapporti di forza, dunque su sacrifici di ogni tipo, ivi compresi quelli mortali. Sappiamo inoltre che la Legge punisce un delitto compiuto nella sfera privata anche quando sia "comprensibile" se non giustificabile. E tuttavia ogni civico rispetto dell'essere umano cade in situazione di guerra o di rischio per l'ordine pubblico. Sappiamo, oggi più di ieri, il significato paradossale – raccapricciante nella sua ambiguità ma anche tragico nella sua spesso ineludibile oggettività – di slogan come "guerra umanitaria". È vero che il petrolio può funzionare da motivazione reale di una "guerra di pace", ma è vero anche che questa stessa guerra può appartenere a un quadro di valori democratici supportato da un sistema economico avanzato che si alimenta anche di petrolio. La viziosità degli ossimori usati in questi slogan – ampiamente diffusi dai media dell'opinione pubblica occidentale – mette a nudo le basi materiali dei sistemi di potere e dei soggetti che li controllano determinandone la logica e il destino.

Si può concordare sul fatto che ogni forma di civilizzazione non ha eliminato ma ha semplicemente "razionalizzato" strategie del sacrificio prima affidate a un ordine di motivazioni che – avendo il suo fondamento al di là dell'uomo, Dio o Sovrano che fosse – non doveva essere sempre di nuovo legittimato, concordato, mediato. È su queste basi che eventi come i lager nazisti e stalinisti sono stati definiti come atti barbarici, senza alcuna giustificazione possibile. La qual cosa non ha impedito e non impedisce che una serie di eventi altrettanto barbarici possano essere compiuti e per giunta oscurati o persino giustificati facendo perno sullo stesso sistema di valori a cui le democrazie del mondo fanno appello per garantire il rispetto fisico e

morale dell'uomo e dell'ordine civile. E – al contempo – non ha impedito e non impedisce che la logica dell'olocausto venga assunta anche da chi rifiuta radicalmente questo sistema di valori accusandolo di inciviltà o semplicemente contrapponendogli la superiorità delle proprie credenze e ideologie o il diritto dei "dannati della terra".

La logica dell'olocausto, dunque, non appartiene in esclusiva a un popolo piuttosto che a un altro, e può coinvolgere, in determinate condizioni, qualsiasi individuo o gruppo o nazione. Hannah Arendt (1964) mostrò in modo esemplare cosa è stata (e sia) "la banalità del male", il rigore burocratico, la sistematica mediocrità, la povertà psicologica, la perversione emotiva con cui i *travet* del genocidio nazista, i ragionieri della "soluzione finale", i tanti solerti politici, militari, funzionari e dirigenti dell'orrore praticavano l'olocausto su scala di massa, pensando di interpretare così i valori della razza, della patria, della cultura, della civiltà o della storia o dell'uomo. Oppure, preferendo – semplicemente per paura o per inanità, per terrore o per viltà – non chiedersi nulla, non farsi domande, scegliendo solo di rimanere in vita, anche loro, nell'incommensurabilità del proprio delitto, così come – in condizioni assai più incommensurabili, inenarrabili, estreme, senza senso alcuno – tentavano di fare quei deportati la cui psicologia del "sopravvivere" è stata perfettamente indagata da Bettelheim.

È facile risolvere i tanti interrogativi posti dalla costante e perseverante inclinazione umana al sacrificio, al capro espiatorio, all'olocausto, arrivando a pensare che il mondo è fatto semplicemente di buoni e cattivi. Purtroppo la questione è assai più complessa. Proprio all'inizio del Novecento si è fatta strada una cultura, quella della psicanalisi, che, scardinandosi dai saperi e dalle ideologie della storia per gettare il proprio sguardo nell'inconscio mondo delle pulsioni, non presuppone una distinzione possibile tra ciò che di buono e di cattivo alberga in ognuno di noi. Essa vorrebbe solo che riuscissimo a spiegarci, ricono-

scerci, dominarci. E se è vero che dopo la tragedia dell'olocausto degli ebrei, assunto a simbolo di ogni olocausto, si è sempre riproposta l'esigenza ineludibile di costruire un nuovo modello di civiltà, esso sembrerebbe allora dover riuscire a condizionare sfera psicologica e sfera politica, l'ambito individuale e quello sociale. In ultima istanza, quindi, il percorso dell'analisi psicanalitica finisce comunque per scontrarsi con una dimensione che le è estranea: finisce per riconsegnare l'individuo, risanato o meno, ai rapporti di potere e ai conflitti della società. Cosicché, mentre sul piano dell'immaginario collettivo – grande macchina testuale che come suo "terminale" ha in ogni caso sempre e soltanto la percezione psichica e sensoriale della persona – la psicanalisi ha potuto donare non pochi strumenti di lavoro, assai meno efficace si è rivelata nel suo impatto con le strutture sociali (se non fornendo strumenti atti a consolidarne gli statuti normativi e di controllo, ad arricchire le modalità dell'integrazione sociale).

La tendenza ad adottare la logica dell'olocausto non è soltanto in stretta relazione con il *gap* tecnologico che può esistere fra diversi sistemi (come è stato il più delle volte per i genocidi del passato), ma oggi è anche, e forse soprattutto, direttamente proporzionale al tasso di sostanziale autoritarismo di cui sono portatori gli assetti sociali e politici. Qui è la forma del potere – gli attori sociali che lo incarnano – a esibire il suo terribile volto. Quale che sia la religione o l'ideologia che lo sorregge, il potere ha il bisogno irrinunciabile di additare un nemico, non può fare a meno del capro espiatorio, non può rinunciare alla pratica dell'olocausto (tali sono anche le carceri e i ghetti, come a suo tempo quelli degli ebrei, delle attuali megalopoli). In caso contrario le tensioni che inevitabilmente attraversano il principio di autorità dei sistemi di potere possono deflagrare al loro interno.

Tuttavia, quanto più a costituire la cornice istituzionale di un sistema sono valori di pluralismo culturale, quanto più un assetto sociale e politico si alimenta delle differenze, tanto più questo sistema è almeno in qualche misura

vaccinato contro l'olocausto. Esso non è certo scomparso dal mondo, anzi. La sua logica ha assunto forme sempre più palesi (le guerre che al di là del loro presupposto di "giustezza" agiscono ormai "di necessità" su popolazioni inermi di Stati ritenuti pericolosi o effettivamente tali per la pace nel mondo) e sempre più invisibili e innominabili (la povertà di genti che le pure e semplici dinamiche di sviluppo della civiltà non sanno o non vogliono riscattare dal loro destino di morte come forma di sacrificio necessaria alla magnificenza dello sviluppo di altre genti).

L'olocausto è dunque una minaccia sempre attuale e sempre bisogna ricordarlo (Bauman 1982). Per questo ha senso proteggere da ogni forma di oscurantismo la democrazia liberale, questo imperfetto, acerbo e minoritario esperimento, che, trovando un qualche ascolto nelle società aperte, cioè quelle sostenute dalle logiche di sviluppo dei consumi di massa, si contrappone oggettivamente ai fondamentalismi di qualsiasi origine e vocazione. In questa direzione l'industria culturale e i media (possibili in contesti privi di tendenze iconoclaste e anticonsumiste) hanno costantemente lavorato, non solo affidando alle proprie narrazioni la memoria dei più atroci misfatti della storia, facendone "spettacolo" (cose da vedere e sentire, da mettere sotto il nostro sguardo, da affidare al carattere arcano delle merci), ma elaborando di per sé, per la loro stessa natura, una dimensione socioantropologica delle moltitudini in cui il rifiuto del sacrificio cresce con il culto del benessere. Crescita paradossale, ambigua, sicuramente attraversata da pulsioni contrarie, in quanto il benessere collettivo da un lato è causa diretta e indiretta degli squilibri mondiali e delle disuguaglianze tra popoli poveri e popoli ricchi, dall'altro lato è il territorio omogeneo e pacificante da cui – per contrasto – emergono desideri di alterazione percettiva e di rischio estremo, segno di vocazioni nuove, tribali. E anche di questo il cinema, i videogiochi e Internet sono oggi attenti strumenti di espressione.

Ombra
Alberto Abruzzese

Per dire che una persona si esprime in modo umorale, impulsivo, istintivo, ribelle, contraddittorio, usiamo spesso l'aggettivo "ombroso". Ombroso è il cavallo che impazzisce perché spaventato dall'ombra, perché il suo occhio è stato oscurato. Perché ha creduto che nel giorno si facesse notte. Oppure ha sentito il nemico. Umbratile significa ripieno d'ombra: il *Dizionario etimologico Zanichelli* suggerisce una definizione curiosa ma significativa del soggetto umbratile: "che vive nell'ombra, che ama rimanere in casa". Un soggetto, dunque, che si ritrae nell'ombra del proprio domicilio, nel luogo del proprio abitare. L'ombra definisce due campi percettivi. Primo: l'oscura figura delle cose e della nostra persona che i raggi del sole ritagliano sul suolo o sulle pareti. Secondo: le zone in cui luce e buio si confondono tra loro gettando l'apparenza dei corpi nell'indistinto. Nel primo caso, i miti hanno collegato l'apparizione delle ombre al primo impulso umano a rappresentare il mondo, a disegnare la figura umana; alcune culture antiche hanno creduto nel mezzogiorno, l'ora in cui il sole non crea ombra, come il momento in cui coabitano i vivi e i morti; il romanticismo ha giocato sulla scissione tra la fisicità del corpo e la qualità fantasmatica, leggera, mutante della sua ombra (l'espressionismo e il disegno animato hanno ripreso questo gioco; l'industria culturale lo ha sviluppato nell'ammantare di nero la bellezza degli eroi negativi, portatori di morte e quindi di lutto).

L'ombra distingue una qualità diabolica (il diavolo ha la sua etimologia in colui che divide – come a dividere è la parola "critica", che cerca l'ombra del testo, ciò che di esso non è in luce). Nel secondo caso, sono state messe in gioco le opposte dimensioni percettive ed emotive dei regimi diurni e notturni con le loro rispettive qualità: sole e

luna, maschile e femminile, razionalità e sentimento, dominio e apertura (Durand 1963). Qui l'ombra è la dimensione più vicina ai regimi lunari, che, fluttuanti come nebbie e fumi, fanno evaporare la linea di demarcazione – confini, mura, soglie – con cui il regime solare mostra la netta diversità tra una cosa e l'altra, uno spazio e l'altro; con cui le società tradizionali segnano i limiti tra sacro e profano; con cui le strutture sociali marcano i territori dell'esperienza, ne regolano gli accessi e le uscite, ne sanzionano ciò che è legittimo e ciò che è illegittimo.

Nell'ombra si apre dunque uno spazio liminare (è il vuoto in cui precipitano la luce e il buio). In quanto tale è spazio creativo, rigenerativo, poietico: lo sguardo vi scorge connessioni inattese, figure della paura, del desiderio e dell'immaginazione. L'ombra è una forma di immersione in altro dalle norme che regolamentano la realtà esterna. Una forma di passaggio, transito da un luogo all'altro, da un volto all'altro, proprio come accade nel montaggio cinematografico, ma solo quando, invece di saltare immediatamente da una immagine all'altra, sfuma il persistere della prima e l'emergere in essa della seconda (una modalità espressiva chiamata "dissolvenza incrociata"). L'ombra dissolve, lasciando vedere. È la via di mezzo tra la luce che accieca e il buio che cancella. Grazie al con-fondersi delle cose – dunque a una dimensione originaria del sacro, là dove disordine e ordine coincidono – le figure dell'ombra emergono dai retroscena spaziotemporali della memoria, dell'interiorità, trasformando o alterando la scena ordinaria della vita quotidiana, rivelandone al tempo stesso il rimosso individuale e sociale. Lo studio televisivo non ha ombre, come la lucida patina di colore dei dépliant commerciali o delle riviste pornografiche. Così anche la grafica computerizzata, almeno sino a quando la tecnica dei videogiochi non ha cominciato a sfruttare il realismo della prospettiva cinematografica, l'ombra in cui – come fosse fumo o nebbia – ci si può nascondere o da cui si può emergere, colti per un attimo nel transito tra buio e giorno, assenza e presenza, legittimità e delitto.

Opere mondo
Andrea Miconi

Anche se usata spesso per esprimere, in senso più generale, l'ambizione universalista della letteratura moderna, la formula "opere mondo" è stata codificata da Franco Moretti per indicare un genere del tutto particolare quale quello dell'epica moderna. Anche se dichiarata "irrealizzabile" dalla modernità – come vuole la teoria del romanzo più canonica, sviluppata tra Hegel e Lukács (Hegel 1836-38; Lukács 1920) – la forma epica ha quindi trovato, secondo Moretti, una nuova possibilità di espressione in un macrotesto che attraversa la storia letteraria moderna, passando per opere pure molto diverse tra loro: *Faust*, *Moby Dick*, *L'anello del Nibelungo*, *L'uomo senza qualità*, *La terra desolata*, *Ulisse*, *Cent'anni di solitudine*.

Tanto più il romanzo, il genere dominante della modernità, ha chiuso il proprio immaginario intorno allo spazio ristretto dello Stato-nazione e poi della città, tanto più l'epica moderna si è assunta il compito di recuperare quella totalità a cui la letteratura aveva rinunciato (Moretti 1994). L'epica costituisce quindi, secondo Moretti, la vera grande "forma polifonica dell'occidente moderno" (ib.): l'ultimo tentativo – irrealizzabile, e quindi necessariamente fallito – di inscrivere le "mille voci diverse" del mondo nello spazio di una sola, grande opera. Così proprio la polifonia – ovvero l'apertura del testo a una pluralità di prospettive, e di voci narranti – sembra costituire la soluzione formale privilegiata dall'epica moderna, come nella congiungente che Moretti traccia tra i due principali monumenti letterari dell'Occidente, il *Faust* e *Ulisse*: e tuttavia il macrotesto delle opere mondo finisce per chiudersi spesso sul rovesciamento verso forme completamente monologiche (in parte *Moby Dick*, e poi *La terra desolata* e *Cent'anni di solitudine*). Tentativo straordinario, quel-

lo dell'epica moderna – fuori, per l'appunto, dall'ordinarietà delle storie letterarie – e decisamente fallito, che attesta l'irrealizzabilità del discorso epico in una società fondata sulla divisione del lavoro, e allo stesso tempo cerca disperatamente di recuperarlo, richiamandosi spesso, non a caso, agli archetipi di un ordine precedente a quello della società complessa.

Sul *perché* la letteratura moderna abbia prodotto un genere anacronistico come quello delle opere mondo, la risposta è soltanto una: il nesso stringente tra l'ambizione letteraria dell'Occidente, e la sua ambizione di dominio economico-politico sul mondo (Moretti 1993; 1994). In questo senso – se il romanzo è, come è stato spesso osservato, la forma simbolica dello Stato-nazione – lo spazio dell'epica moderna è quello, molto più vasto e complesso, del sistema-mondo, così come teorizzato da Fernand Braudel (1979). Anche nel quadro del sistema-mondo, scrive Immanuel Wallerstein, non può "non esistere un'espressione culturale dell'egemonia" (Wallerstein 1980): l'epica moderna – proprio in forza della contraddizione interna alla formula stessa – ha cercato di prendere possesso di questo spazio complesso, di renderlo più visibile e "sopportabile" (Moretti 1994).

Opinione pubblica
Stefano Cristante

L'opinione pubblica è un concetto-mondo. Come la gran parte dei concetti che non si prestano a chiare riduzioni di complessità, essa è figlia del crogiuolo del Moderno, cioè di quel particolare sistema di razionalizzazione della società che ha cantato le sorti magnifiche e progressive del capitalismo e le ha viste avvicinare a un punto di compressione estrema, poi di decadenza, e, infine, di mutazione (più o meno inattesa). In questo senso parlare di opinione pubblica significa, per lo scienziato della comunicazione, affondare nella paludosità tipica delle moderne espressioni multifunzionali, ulteriormente complicata dall'intreccio di elementi di conteggio numerico delle opinioni e di valenze qualitative del "pubblico". Esaminando in questa prospettiva *Il contratto sociale* di Rousseau oppure il più antico *Leviatano* di Hobbes o anche i testi più celebri di Locke e Hume colpisce la coincidenza tra la formazione di *opinion publique* o *public spirit* o sfera pubblica intesa come dispositivo intellettuale e operativo del Soggetto (le nuove classi imprenditoriali e commerciali) e i processi di crescita di moltitudini cospicue scaturiti dal crollo della società feudale. Robespierre, Danton, Mirabeau indirizzavano i propri discorsi all'*opinion publique* (soggetto politico), ma la Rivoluzione francese cominciava proprio con una contestazione numerica, brutalmente quantitativa: noi, il Terzo Stato, siamo infinitamente più di voi. Si conti per testa, non per ceto.

L'avvento dell'opinione pubblica moderna è tutto concentrato in queste prime, avventurose sperimentazioni storiche, che già rappresentano la linea di tendenza del protagonismo comunicativo moderno: la costante rinegoziazione del rapporto tra spazio privato e spazio pubblico.

Sotto questo sguardo si può esaminare un percorso che, nell'arena occidentale, è stato proprio dell'opinione pubblica ispirata dal liberalismo. Le spinte dell'opinione pubblica sono state prima immaginate dagli empiristi inglesi e dagli illuministi francesi, poi provate nel proscenio storico da girondini, giacobini e hebertisti e infine ristrutturate durante l'epoca delle lotte di classe industrialiste. Come notava argutamente Tocqueville intorno al 1830, dietro l'espressione opinione pubblica si nascondeva un potere immateriale di nuova concezione, che ispirava regole e forme di governo diverse come la nuova confederazione repubblicana degli Stati Uniti e le antiche, pericolanti monarchie europee.

L'opinione pubblica liberale è raccolta in una serie di segni, matrici comportamentali, modalità comunicative che riguardano modi di stare a tavola, forme del voto, diffusione della carta stampata, incontri letterari nei caffè, riunioni associative e di partito. Bonaparte, che di potere era certamente esperto, amava ripetere questo pensiero: non si può governare senza l'appoggio dell'opinione pubblica. È un altro modo per ripetere ciò che già Hume aveva rilevato: "It is on opinion only that government is founded".

Con il senno di poi, alcuni sociologi raffinati – soprattutto Jürgen Habermas (1962) – hanno sostanzialmente replicato che l'opinione pubblica è stata, prima ancora che una complicata platea da blandire, soprattutto un soggetto di trasformazioni sociali rilevanti. Essa esprime una valenza comunicativa comune a tutte le rivendicazioni della borghesia in ascesa, e si incarica di delineare le prospettive strategiche del nuovo logos, l'argomentazione razionale espressa pubblicamente. La borghesia imprenditoriale che discute le misure economiche del governo (non più privatamente, ma in luoghi pubblici metropolitani determinati), la borghesia radicale che inizia e conclude con il suffragio universale maschile la battaglia per il voto politico, la borghesia modernista che fonda giornali, riviste e circoli culturali: queste diverse sfaccettature della di-

namica di classe danno vita a un prodotto sintetico che l'intellettuale ottocentesco chiama "pubblica opinione".

Eppure il XIX secolo consegna alle dispute teoriche e ideologiche del XX anche l'immediata degenerazione della corsa razionale della borghesia verso il potere politico e l'egemonia culturale: Le Bon, Tarde e Sighele, pur con toni anche molto diversi, indicano che la forma aggregativa dei nuovi pubblici dei sistemi occidentali tende piuttosto al caos della folla, che necessita di un severo dominio semiotico, esercitato da chi è in grado di lanciare segni sufficientemente ricchi di aspirazioni condivise ma in-verificabili e vuoti nella sostanza.

Intanto però la società delle folle avanza, senza curarsi troppo dei propri critici. Avanza nel mondo comunicativo soprattutto nell'accezione similare, ma non identica, di "massa". Massa è un'espressione che appartiene anche al mondo comunista e socialdemocratico, più spesso declinata al plurale. Le masse (operaie, proletarie, senza lavoro, rivoluzionarie) manifestano forza e dinamismo. Non coincidono necessariamente con la maggioranza della popolazione, ma il loro margine di manovra è fondato su abilità bellico-sociali (la "mobilitazione delle masse"). Se la classe borghese è, di volta in volta, raffigurata come uno sparuto drappello di padroni dei mezzi di produzione oppure come una terra discontinua abitata da ricchi proprietari, insegnanti elementari, piccoli commercianti e impiegati, le masse si stagliano tetragone e uniformi all'orizzonte ideologico rivoluzionario. Ma una commistione, un mischiarsi forzato di folle e masse – voluto dal motore esplosivo delle pratiche nazionalistiche e bellicose delle potenze europee dell'inizio del XX secolo – incanala nel microfono dei neonati mezzi di comunicazione di massa le urla di una moltitudine che appare compatta e guerriera, unita dal culto della personalità carismatica per uomini-folla di professione (Lenin, Hitler, Stalin, Mussolini).

Negli Stati Uniti le cose vanno, almeno in parte, diversamente. L'intervento militare a conclusione del primo

conflitto mondiale (Lippmann 1922), la grande depressione e il suo superamento attraverso il New Deal rooseveltiano e infine il dispiegamento di potenza nucleare del '45 contribuiscono a formare un mosaico di eventi che incorniciano le vicende di una società pronta per i grandi consumi e lo splendore di mezzi di massa che ingaggiano dure battaglie intestine per disputarsi audience e budget pubblicitari. Quella americana è già, in parte, un'altra opinione pubblica: c'è chi grida al conformismo e alla manipolazione (anche un grande sociologo come Charles Wright Mills), ma i più sottolineano la stabilità di un pubblico democratico diviso tra colletti bianchi (sempre di più) e colletti blu (sempre di meno); un pubblico con i suoi opinion leader pressoché condominiali, concentrati nel filtraggio collettivo del flusso massmediatico radiotelevisivo; una stratificazione sociale sostanzialmente accettata, cementata da valori collettivi ben amplificati dall'industria culturale e dello spettacolo. Una densità comunicativa in cui la riproduzione sociale assume l'aspetto di un mercato tra gli altri, in cui è perciò corretto creare dispositivi capaci di registrare gli orientamenti, generali e specializzati, delle moltitudini metropolitane.

È questo, fino a ora, l'approccio pragmatico dominante sull'opinione pubblica negli Stati Uniti. Questo atteggiamento ha aperto la strada a una nuova stagione di studi e ricerche che, a partire dalle prime elezioni presidenziali gestite attraverso i media elettrici generalisti (dalla metà degli anni Trenta in poi) ha definitivamente lanciato nell'agenda dell'informazione, del potere e del costume i sondaggi di opinione. Già nel 1936, tre anni prima dello scoppio della seconda guerra mondiale, il signor Gallup, il primo grande sondaggista politico, era diventato celebre per aver individuato attraverso inchieste dal campionamento assai contenuto l'esatta conformazione degli orientamenti politici degli elettori americani. Da allora la storia dell'opinione pubblica – pur nobile trasfigurazione delle capacità comunicative delle élite liberali – si mesco-

la definitivamente con il conteggio numerico e percentuale: le opinioni contengono il peso – misurabile – di un'intenzione, cioè di un'azione prossima al suo farsi. I blocchi di intervistati, distinti dal Sì o dal No rispetto a una qualsivoglia *issue* oppure dalla preferenza per un qualsiasi prodotto da comunicare (uomini politici compresi), stanno a significare una platea, ma una platea molto vicina al palcoscenico, un palcoscenico sempre più condizionabile o, comunque, sempre più attento agli orientamenti del pubblico.

A partire dalla fine della seconda guerra mondiale, il modello statunitense si diffonde progressivamente anche in Europa (Blondiaux 1998). Non si tratta solo del moltiplicarsi di aziende specializzate nell'elaborazione di sondaggi, quanto dell'affermarsi di un'idea popolare di opinione pubblica ormai lontanissima dall'immagine di élite illuminata e orientata alla discussione civile e civica, forma di contropotere razionale-legale. Opinione pubblica tende piuttosto ad aderire all'espressione triviale *gente*, dove i tre percorsi del trivio sono, nell'ordine, la maggioranza come valore, l'esposizione ai media generalisti come garanzia di accesso al mercato dei consumi e l'adesione ai principi della democrazia politica rappresentativa come necessità funzionale del capitalismo occidentale.

Gli editorialisti scrivono "opinione pubblica", ma si tratta di nulla di più di una traduzione "colta" del termine *gente*. Ovvero: chiunque. La valenza scientifica di questo concetto è praticamente inesistente. Ma dal nulla concettuale risorge una fenice molto pratica per il mondo dell'informazione e della politica: un campione statistico delle "popolazioni nazionali". Prende forma una prassi di cristallizzazione provvisoria degli orientamenti che si allarga a macchia d'olio, forte delle proprie certezze numeriche. Il 30% del campione non consumerebbe mai carne d'importazione, il 20% voterà comunque a sinistra, il 17% è contrario agli esperimenti sugli animali, il 3% crede agli extraterrestri infiltrati tra noi. Oltre al fatto che le

percentuali sembrano – salvo rari incidenti di percorso – fornire quadri statistici soddisfacenti degli orientamenti elettorali a breve e brevissimo termine.

Su questa evidenza si fonda l'acredine di filosofi, politologi e sociologi che, a varie riprese, denunciano i pericoli e le tendenziosità del sistema dei sondaggi (Bourdieu 1974). Soprattutto quando pretendono di rappresentare, direttamente e inconfutabilmente, l'opinione pubblica. Ricorda Elisabeth Noelle-Neumann (1984), che ha elaborato la studiatissima teoria della "spirale del silenzio", che i sondaggi, pur in grado di segnalarci il gradimento o il rifiuto da parte dei cittadini di una certa opzione, quasi sempre tacciono il clima di opinione. Al di là del fatto che io voti a destra o sinistra, dice Noelle-Neumann, come penso che andranno le elezioni nel loro complesso? Chi ritengo il vincitore più probabile?

Gli individui posseggono un "senso quasi-statistico", per la studiosa tedesca, il cui scopo è di proteggere dall'isolamento sociale che deriverebbe dalla condivisione di un'ipotesi perdente. "L'uomo è timido e cauto" – ripete Noelle-Neumann citando Madison, uno dei padri della democrazia americana. La stessa natura sociale dell'uomo è timida e cauta, tende a preservare dalle possibili spirali del silenzio. Infatti l'opinione pubblica, in questa versione, rappresenta opinioni esprimibili in pubblico senza incorrere nella minaccia di sanzioni. Ha a che fare con le categorie classiche della reputazione, del consenso, della moda. Ecco un'accezione davvero distinta rispetto alla sfera pubblica habermasiana: l'opinione pubblica non è una categoria della politica (almeno non in senso stretto) ma una categoria della società. Dinamiche di opinione possono aprirsi su problemi rilevanti ma non necessariamente politici: il "pubblico" e il "politico" si separano (Landowski 1989).

Anche queste osservazioni ci riportano, da un'altra angolazione, al superamento della sfera pubblica habermasiana, che pure è sembrata riprendere vigore nei primi an-

ni di diffusione di Internet, in cui dietro ogni nuovo newsgroup parevano celarsi i meccanismi di una nuova partecipazione democratica (Lovinck 2002). La compresenza di ottimizzazione del sistema generalista e di parallelo evolvere accelerato dei nuovi sistemi tematizzati e/o a rete propone un ossimoro sociologico che sarebbe vano negare. La stessa constatazione va applicata all'opinione pubblica.

Si tratta di ricollocare il concetto scientifico di opinione pubblica oltre il soggetto (politico) e l'oggetto (statistico). L'opinione pubblica è un campo di forze dove interlocutori diversi contribuiscono alla *localizzazione* di una sfera comunicativa e conflittuale molto animata (Cristante 1999).

Lo studio che è oggi richiesto dovrebbe tenere in conto il clima di opinione che si registra a partire dall'indagine sul campo (che comunque necessita di strumenti anche più sofisticati dei semplici sondaggi), ma dovrebbe altresì segnalare anche le strategie dei decisori istituzionali e degli attori politici, il trattamento della comunicazione da parte dei media e infine il ruolo sempre più decisivo delle minoranze attive e dei gruppi di interesse e di pressione (Cristante 2001). Così operando la dimensione generale dell'opinione pubblica (intesa come sfera pubblica accessibile) sarebbe mantenuta a un grado accettabile di riduzione della complessità, avvicinandosi però più sensibilmente a un bisogno di ricostruzione della *doxasfera*, luogo di incrocio significativo dei principali attori del conflitto nell'epoca della sua maturità comunicativa.

Ozio

Alberto Abruzzese

Questo termine ha subito un significativo ribaltamento tra il suo etimo latino, che valutava il tempo dell'ozio come tempo, se non produttivo, almeno utile alla propria persona, e la sua interpretazione moderna, calvinista, che lo ha visto invece come tempo improduttivo, resistenza al lavoro, assenza di responsabilità civile e persino devianza, oppure lo ha valutato nell'accezione di tempo libero, sì "liberato" dalla fatica del lavoro, ma riscattato da funzioni educative e socializzanti dello spirito del capitalismo (controllo e consenso) nonché, elemento assai rilevante per l'etica borghese, dal fatto di essere anche una straordinaria fonte di profitti, eccezionale macchina motrice per lo sviluppo urbano, tecnologico, commerciale. Senza una progressiva apertura dei sistemi moderni verso il tempo di non lavoro, sarebbe stato assai difficile far nascere uno strumento sociale ed economico così poderoso come l'industria culturale.

Questa industrializzazione dell'ozio è stata non a caso definita da Edgar Morin industria del *loisir*, in tal modo sottolineando il fatto che nella sfera dei consumi culturali – arti, letteratura, cinema, fumetti, radiotelevisione, turismo, sport, abbigliamento e quant'altro – l'ozio, come sostenevano gli antichi romani, è in relazione diretta con il piacere: non produce, ma si infiamma e, appunto, si consuma (nei giochi etimologici sulla parola ozio vi è anche il rimando al termine di radice greca di "orgia" e di qui si arriva alla radice indoeuropea di orgasmo, all'ardore del desiderio, all'esplodere dionisiaco dei sensi, sino alle "piccole epilessie" che oggi caratterizzano gli eventi di musica dal vivo, l'effetto delle grandi star direttamente sul corpo dei suoi spettatori).

Tuttavia l'idea positiva di ozio elaborata dall'antica civiltà grecoromana e di volta in volta ripresa dalle società

aristocratiche è sempre dipesa da sistemi in cui una rigida mappatura sociale divide il mondo tra chi è destinato a lavori di fatica e chi è destinato a lavori che hanno a che vedere con le arti del pensiero e della cultura (così come del comando e della guerra). Lo schiavo cui veniva affidato il compito di scrivere svolgeva certamente un lavoro più leggero di quello assolto da chi soffriva nelle cave di marmo ma, con ciò, per lui non si trattava di oziare, di lasciar passare il tempo in piena libertà bensì metterlo al servizio del proprio padrone. Così pure i letterati e i filosofi si dedicano al lavoro intellettuale che compete loro per scelta, per condizione o per altro motivo, soggettivo o oggettivo che sia (e si è potuto fare davvero soggettivo solo con il passaggio dai vincoli dei regimi aristocratici alle libertà democratiche delle società di mercato). Ma sicuramente non lo si può interpretare interamente come "studio", applicazione mentale, esercizio di fascinazione o ripulsa pari all'ozio.

L'atto dell'oziare si rivela comunque nel non essere materialmente invaso da poteri e funzioni esterne alla sua messa in campo, alla revoca ordinaria degli impegni altrettanto ordinari a cui si sottrae. È dunque il luogo in cui il soggetto, liberato dalla fatica, si assopisce o si esalta o si rende indifferente in una sorta di sonno da desto, di pausa, di provvisorio letargo dei suoi affari e, se può, se gli riesce, dei suoi affanni. Un luogo di distrazione dalle identità che la società gli richiede. Un luogo simile alla narcosi, da cui e in cui emerge tuttavia dialogando tra sé e sé o in relazione con altri, assenti o presenti che siano (sosta individuale, familiare, comunitaria rispetto alle finalità collettive che ha scelto o si è imposto o gli sono state imposte). Ma persino la festa e i giochi, con la loro natura cerimoniale e agonistica, sono lavoro rispetto a un ozio integralmente vissuto, interamente dedicato al "non fare nulla". Persino lo sguardo dello spettatore in sala o davanti al video è lavoro per il semplice fatto di essere produzione di senso, investimento di energie emotive.

Se la mente sprigiona qualcosa di creativo da tale riposo e cioè dalla sospensione degli impegni sociali cui si è destinati (tutti, quale sia il lavoro manuale, tecnico, professionale, organizzativo e culturale che li riguarda), vuol dire soltanto che si è avuto modo di "lavorare" a inattese connessioni tra cose che non appartengono all'idea di ozio come spazio realmente "vuoto" ma all'agire sociale che abbiamo provvisoriamente sospeso e che nella dimensione rarefatta e immateriale del tempo "lasciato libero" ha avuto occasione di essere attratto e combinarsi in modo nuovo rispetto alle routine prestabilite dal tempo di lavoro e dal tempo sociale. Come nel rito religioso, il tempo di non lavoro dedicato al consumo delle arti o di qualsiasi altro bene simbolico significa costruzione della propria identità e del proprio ambiente.

Dunque pare non esservi scampo: l'ozio, quale sia la sua interpretazione, risulta essere un lavoro, poiché produce qualcosa, anche quando non produce nulla, poiché questo nulla è pur sempre un'elaborazione di un qualcosa che, venendo sospeso l'impegno della fatica intellettuale e/o manuale, si è reso manifesto. Ed è il potenziale trasgressivo di questo nulla a spaventare le etiche della produttività moderna, in quanto territori virtualmente aperti alla sottrazione e alla negazione, per quanto necessari a lenire la fatica e rigenerare le energie necessarie a "riprendere" l'orario di lavoro.

L'ozio si è da sempre collocato in questa sua fatale cornice di "tempo di lavoro" nel "tempo di non lavoro", tempi comunque fatalmente vincolati a una loro inscindibile reciprocità. Il vero ozio come negazione assoluta dell'essere asserviti al mondo non è raggiunto neppure nel sonno o nella malattia, nell'infanzia o nella vecchiaia. Solo la morte garantisce ciò che l'ozio promette nella forma del piacere, ma al contempo ribalta in disperazione: un divertimento senza ritorno.

Le strategie moderne hanno lavorato su questa cornice, si sono preoccupate di organizzare le forme di produ-

zione e di consumo necessarie a fare lavorare socialmente il piacere, la fuga, la simulazione, la libertà individuale, l'affettività e quant'altro appartenga a una vita "privata" del tempo imposto dalla società civile, dalle sue norme, dai suoi ruoli. Del tempo socialmente assoggettato, alienato, sfruttato. Potremmo dire che i sistemi produttivi occidentali hanno perseguito il duplice obiettivo di ridurre e insieme esaltare la componente "barbarica" delle moltitudini, la loro resistenza istintiva a entrare dentro i recinti della socializzazione e della civilizzazione.

Con l'avvento della società post-fordista e la progressiva riduzione del tempo di lavoro a vantaggio del tempo libero, circolano con davvero troppa leggerezza stereotipi sociologici e più ancora ideologici (nella forma opportunistica che le vecchie ideologie del moderno stanno assumendo nel travestirsi in culture post-moderne senza praticare nessuna trasmutazione dei loro contenuti) che assegnano all'ozio, in quanto decisa sottrazione ai ritmi del produttivismo industriale, la funzione di essere fonte di creatività e innovazione. Questo pregiudizio ha una parte di verità solo nel senso che nella sfera del tempo di non lavoro – in quanto emergenza collettiva rispetto ai residui del tempo di lavoro industriale – si è oggi realizzata la produttività che prima veniva assegnata ai grandi apparati del lavoro salariato. Ma risulta essere anche una mistificazione, poiché non intende rivelare quanto la saturazione del tempo libero in tempo produttivo significhi che il soggetto non smette mai di lavorare, e che il piacere con cui partecipa al proprio lavoro è intimamente connesso con il dolore di chi è improduttivo.

La crisi del lavoro delle società post-industriali non significa un decrescere del lavoro sfruttato ma una crescita dello sfruttamento integrale dell'assenza di lavoro, del non lavoro, e della creatività che in esso si sprigiona in termini antropologici. Vale la pena citare un testo, appunto dedicato alla crisi delle "società del lavoro", di Paolo Virno, debitore non a caso dell'esperienza italiana che si

suole definire “movimento del ’77”, primo atto di una riflessione sul post-fordismo, in quegli anni duramente sanzionato e rimosso da culture e politiche ancora in tutto fordiste (Virno 2002): “Il tempo sociale, oggi, sembra uscito dai cardini perché non c’è nulla che distingua il lavoro dal resto dell’attività umana”. E ancora:

> Viene da dire: la disoccupazione è lavoro non remunerato: il lavoro, a sua volta, è disoccupazione remunerata. Si può sostenere con buone ragioni tanto che non si smette mai di lavorare, quanto che si lavora sempre di meno. Queste formulazioni paradossali, e tra loro contraddittorie, attestano, nel loro insieme, l’uscita dai cardini del tempo sociale. L’antica distinzione tra “lavoro” e “non lavoro” si risolve in quella tra vita retribuita e vita non retribuita. Il confine tra l’una e l’altra è arbitrario, mutevole, soggetto a decisione politica.

Queste tesi appartengono a una riflessione filosofica e sociale che – profondamente innervata nella tradizione marxiana – non rinuncia a pensare questa svolta dello sfruttamento post-capitalista nei termini di un nuovo conflitto tra politiche di dominio (nella logica di un Impero globale e insieme locale) e non più l’antagonismo della classe operaia ma del *general intellect* delle nude vite che tali politiche trasformano in profitto. Per quanto questa prospettiva riprenda o rischi di riprendere alcuni tratti del pensiero politico moderno, seppure nella sua più intelligente carica antagonista, gli scenari che descrive sono proprio quelli in cui si muovono le odierne strategie dei consumi e dell’industria dell’immateriale, ma anche il potenziale innovativo di molte culture delle reti digitali, le forme di intrattenimento della persona con tecnologie leggere e personalizzate in ogni settore della vita quotidiana sino a farne il bacino di risorse per il futuro della net economy.

Passione
Isabella Pezzini

Il primo senso del termine "passione" registrato dai dizionari (ad esempio il *Devoto-Oli*, 1971) riguarda il *patire* (conformemente alla radice etimologica, dal latino *pati*, per l'appunto soffrire), indica una sofferenza fisica o spirituale. L'uso in riferimento alla sofferenza fisica è ormai raro, perlopiù riservato in ambito religioso a indicare il calvario di Cristo e dei primi martiri cristiani. Allo stesso tempo, però, questa radice richiama il nesso della passione con il corpo, che ritroviamo nel concetto di *timia* come umore, disposizione affettiva di base, positiva o negativa, euforica o disforica, che caratterizza il contatto dell'essere vivente con il mondo che lo circonda. Intendendo passione come sofferenza spirituale, invece, si parla di una "profonda e tormentosa afflizione": il soggetto è soggiogato da una forza che lo abita e lo tortura. Ci avviciniamo qui al senso del termine più comune, che indica un

> momento o motivo della vita affettiva, caratterizzato da uno stato di persistente e violenta emozione, specialmente in quanto riconducibile a un ambito erotico-sentimentale e in contrasto con le esigenze della razionalità e dell'obiettività.

Se qui persiste l'idea della "possessione" del soggetto da parte di una potenza che lo abita e lo "scuote", vengono meglio a delinearsi due diverse opposizioni che caratterizzano la passione nella nostra cultura: quella rispetto all'*azione* e quella rispetto alla *ragione*, che evidentemente si articolano insieme e che trovano un punto di partenza nei progetti di Platone e Aristotele di ottenere un controllo razionale sulle passioni e sui loro usi in funzione dell'azione o dell'astinenza rispetto a esse. Non c'è azione realmente degna di tale nome, infatti, che non sia sostenuta

dalla passione (pensiamo alle passioni “lodevoli”, che portano alle realizzazioni grandi e piccole): la passione è una forza che induce a perseverare nei propri scopi o interessi a superare e a resistere agli ostacoli (cfr. *l'entusiasmo* collettivo che Lyotard (1986) ritrova alla base del successo della Rivoluzione francese). Infatti il terzo senso offerto dal dizionario dice: “Vivace inclinazione per lo più lodevole o a ogni modo non riprovevole, che può anche tradursi in entusiastica e totalitaria dedizione”.

Nel significato odierno del termine passione sembrano dunque convivere almeno due immagini contrarie del soggetto che ne è preso: da una parte quella di un soggetto “passivo”, che subisce (tanto a livello fisico che a livello morale), dall'altra un soggetto pieno di slancio e di efficacia proprio nell'azione. In entrambi i casi, il soggetto appare come poco padrone di sé, governato da una forza che egli non governa. Ma la passione è davvero questa forza ingovernabile, questa irruzione nella vita del soggetto, che non sopporta interventi e mediazioni? La storia della filosofia prima e quella della letteratura poi, in particolare nel romanzo, è anche la storia dei tentativi sempre rinnovati di “rendere ragione” della passione: di qui una lunga tradizione che scruta, analizza, classifica le passioni, ne propone antidoti o ne indica possibili profitti, tanto che alla fine risulta che l'immagine iniziale e di buon senso della passione come scaturigine intima e fortemente naturale dell'uomo si riferisce in realtà a qualche cosa di molto culturale: le passioni e i sentimenti di cui parliamo sono il prodotto di un lungo processo culturale, che ci ha fatto riflettere sui nostri impulsi, sui nostri affetti, ci ha insegnato a riconoscere le loro manifestazioni, ci ha indotto a valorizzarne alcuni anziché altri (Pezzini 1998).

Dall'antichità e in particolare da Aristotele ereditiamo una teoria della persuasione basata sulla conoscenza delle passioni, e sulla capacità di suscitarle nei propri interlocutori, che ancora oggi ritroviamo efficacemente praticata nell'oratoria processuale e politica: “Infatti, le cose non

sembrano le stesse a chi vuol bene e a chi odia, né a chi è adirato o a chi si trova in stato di calma, bensì appaiono del tutto differenti o in gran parte differenti." Le passioni scelte ed esaminate nel II libro della *Retorica*, considerano il soggetto soprattutto nella sua interazione con l'altro, e in particolare con l'immagine che l'altro gli rinvia. Sono 14, e si possono quasi tutte accoppiare come contrari: l'ira e la mitezza, l'amicizia (o l'amore) e l'inimicizia (o l'odio); il timore e la fiducia; la vergogna, l'impudenza; l'obbligazione, l'ingratitudine, la pietà, l'indignazione, l'invidia, l'emulazione, il disprezzo. Alla descrizione, alla classificazione, si accompagna una riserva di *topoi*, di modo che per chi voglia controllare le passioni sia possibile sia il suscitarle che il neutralizzarle: a chi è impaziente ci si rivolgerà con il luogo comune che tutto finisce bene per chi sappia attendere, all'uomo agitato si ricorderà che non è utile correre... Affinché la manipolazione delle passioni altrui sia efficace è anche necessario che l'oratore sappia fornire egli stesso, con la sua interpretazione scenica, con il suo corpo, con la sua voce, un modello, un'*immagine* vivente nel suo discorso, o meglio *con* il suo discorso e la sua fisionomia:

> L'elocuzione appropriata rende convincente anche l'argomento. L'anima dell'ascoltatore è infatti spinta a credere irrazionalmente che l'oratore dica cose vere, perché le dice con gli stessi atteggiamenti come se fossero vere (...) e l'ascoltatore appoggia sempre le passioni dell'oratore, se parla con elocuzione espressiva di emozioni, anche se quegli non dice nulla (Aristotele, *Retorica* III, 7, 1408a).

Roland Barthes, nella sua rivisitazione della *Retorica antica*, a proposito del *commuovere* che deve andare di pari passo con il *convincere*, parla dell'istituzione aristotelica come di una vera e propria "retorica delle passioni". Aristotele classifica le passioni non per ciò che sono ma per ciò che il pubblico crede che siano, cercando gli argomenti che si possono utilizzare in funzione di queste idee del pubblico: l'*eikos*, il verosimile passionale. Si tratta di

una psicologia immaginaria, teatrale, e per Barthes questo fa di Aristotele:

> il patrono ideale di una sociologia della cultura detta di massa: tutte queste passioni sono prese volontariamente nella loro banalità: la collera, è ciò che tutti pensano della collera, la passione non è mai altro che non ciò che se ne dice: intertestuale puro, "citazione" (…) per lui, le passioni sono dei pezzi di linguaggio già pronti, che l'oratore deve semplicemente ben conoscere: di qui l'idea di una griglia delle passioni, non come una collezione di essenze ma come un assemblaggio di opinioni (Barthes 1970).

L'altro formidabile modello di lavoro sulle passioni ereditato da Aristotele, nella *Poetica*, è quello della *catarsi*, la purgazione dalle passioni ottenuta attraverso la partecipazione del pubblico all'evento spettacolare costituito dalla tragedia. Nello svolgimento di una vicenda nella sua completezza, agita interamente sulla scena con varietà di linguaggio ma senza ricorso alla narrazione, lo spettatore deve arrivare a provare *pietà* e *terrore*, per risultare alla fine dello spettacolo "purificato". Naturalmente le interpretazioni di questa idraulica delle passioni si sono succedute copiosissime sino a noi: a seconda dei commentatori l'impianto aristotelico diviene talvolta il fulcro di una difesa quanto quello di una condanna a oltranza dello spettacolo in sé e, possiamo dire, seguendo lo sviluppo delle polemiche a filo dei secoli, dell'intrattenimento in genere. C'è infatti chi interpreta la catarsi come mezzo di sradicamento totale di tutte le passioni, attraverso la pietà e il terrore; chi la considera piuttosto un mezzo per regolare l'intensità passionale, e contribuire al perseguimento della moderazione contro ogni eccesso e scatenamento, pericoloso individualmente ma soprattutto socialmente; chi ancora pensa che la tragedia agisca come un vaccino, mitridizzando chi lo assume. Dal teatro la polemica si sposterà poi al romanzo, come testimonia Jean-Jacques Rousseau (1712-1778), il quale – pur essendo l'autore di un romanzo sull'amore di

straordinario successo, *La Nuova Eloisa*, del 1761 – bolla la rappresentazione delle passioni come fonte di corruzione e invita i cittadini a prendere parte direttamente allo spettacolo della vita sociale, anziché subire le false rappresentazioni che vengono loro imposte dall'alto.

Nell'Ottocento le passioni, insieme al denaro, sono individuate da Honoré de Balzac (1799-1850), autore dell'imponente ciclo romanzesco della *Commedia Umana*, come le fonti più efficaci della dinamica sociale, sia nella capacità di costruzione che nella distruttività. Accanto alle tradizionali passioni amorose si fanno largo le passioni legate al nuovo assetto sociale e alle sue pulsioni profonde: l'ambizione, l'avarizia, l'avidità, la smania di potere, la vanità. I generi si specializzano progressivamente anche in funzione del tipo di passione che privilegiano: il feuilleton in cui si mescolano amore e dramma, avventura e vita quotidiana si biforca progressivamente nel "rosa", nel "giallo", nel "nero", in una lottizzazione della vita interiore che si trasferirà poi progressivamente dalla scrittura agli altri media.

Il Novecento è il secolo in cui il *contagio* collettivo delle passioni si manifesta nel modo più inquietante e contraddittorio, e viene esplicitamente teorizzato: il consenso alle dittature e ai loro orrori viene organizzato attorno a esso, con un'attenta messa in campo delle nuove tecniche della comunicazione di massa.

Ai giorni nostri, il tema delle passioni come concrezioni culturali torna a essere oggetto di nuove indagini. In particolare la semiotica narrativa, nel suo progetto di descrizione dell'agire e del patire, cerca di riarticolare il portato della tradizione nel quadro più complessivo di una teoria del senso e delle significazioni discorsive (Fabbri 1998).

Paura
Alberto Abruzzese

La paura nella sua piena espressione ci raggiunge al culmine del timore. Allora, da essere lo sguardo che cerca la via di scampo, la voce che chiede aiuto, la paura ci getta nel buio e nel silenzio, là dove non v'è altra possibilità di comunicare. La fiction audiovisiva, dovendo tenere viva l'attenzione dello spettatore, opera su diverse gamme di timore, inquietudine, rischio: grazie a loro la narrazione procede, i luoghi, le cose e i personaggi prendono corpo, assumono significato, richiedono partecipazione. Ma, se un film dovesse davvero toccare il vertice della paura, allora dovrebbe "saltare" nel buio assoluto. È il senso di panico, di "oltremondo", che nella sala cinematografica si provava di fronte allo strappo della pellicola di celluloide, all'improvvisa scomparsa dello schermo, della vicenda, della vita. Del testo.

Alla radice del sentimento della paura c'è la presenza della morte. Non il nemico in sé, ma l'effetto mortale di cui egli o l'evento è portatore. Dunque la paura è il violento rientrare nel proprio corpo, non più nel proprio istinto di sopravvivenza, ma proprio nella sopravvivenza, qualcosa che sta dopo la vita. Risucchio inatteso in un vortice che ha le stesse caratteristiche della morte: fuori dello spazio e del tempo. È come se l'accadimento che ci ha spaventato già ci avesse cacciato dal mondo. Attraverso la paura sentiamo gli effetti di una morte già avvenuta, l'anticipiamo. Siamo e ci siamo gettati nella sua irriducibile inconsistente materia. Nella paura, la morte non è più un evento possibile, lo sfondo della vita, ma semplicemente è. È già stata. È stata sempre. In essa noi siamo presenza e appartenenza allo stato puro. Senza più memoria. Senza più contesto. Senza più legami. Senza più società. Senza nulla d'altro che l'attesa della definitiva conferma

dell'accaduto. Assoluta affermazione di sé rispetto a tutto il resto, il corpo che ha paura non sente se stesso – non prova dolore, persino quello fisico viene sommerso dalla paura – ma il momento estremo della sua precarietà. Sente cosa significa non esistere più.

Un'emozione spinta ai suoi livelli più esterni rivela il segreto dei suoi livelli più deboli, dunque non solo il timore ma anche la diffidenza. Se riflettiamo quindi sulle resistenze psicologiche e sociali che suscita da sempre lo sviluppo tecnologico (già la scrittura da parte dell'abitudine all'oralità, poi le macchine, poi la tele-visione, oggi il computer), capiamo che il motivo di quest'automatica reazione di rigetto è dovuta alla paura di perdere il proprio corpo. A ogni svolta tecnologica, infatti, il nostro corpo – fatto non solo della sua viva carne ma delle protesi materiali e immateriali, immediate e remote, di cui dispone e in cui appunto ha modo di sentirsi corpo – perde se stesso perché sta rigenerandosi in una corporeità nuova. Sta vivendo dall'interno e non solo dall'esterno i mutamenti che della tecnologia – del consumo di tecnologia – sono la causa prima. Il timore per le innovazioni dipende dall'inconscia consapevolezza di avere già perduto la vita e di non potere più tornare indietro. Di essere nell'al di là.

I media si servono sempre più della paura. Se ne serve la televisione per raggiungere, toccare, la consuetudine del pubblico a provare l'emozione quotidiana della "piccola morte" prodotta dagli innumerevoli mutamenti della vita quotidiana, dalle sue tattiche di conflitto con gli altri e con le loro forme di potere. Se ne serve il cinema per facilitare l'immersione dell'individuo in una dimensione sempre più vicina a tutto ciò che è arcano, inspiegabile come la nascita stessa del mondo, raccontando storie che sono veri e propri romanzi di formazione collettiva. Partendo dall'effetto di morte prodotto dalla minaccia esterna, dal nemico invasore, dal procedere catastrofico dello sviluppo moderno e della sua potenza, questo cinema risolve la paura nel sentimento di pacificazione che lo spet-

tatore raggiunge (nei modi sempre più realistici dell'immaginario fantastico contemporaneo) verificando in sé la sopravvivenza fisica e affettiva dell'eroe, la sua ricomposizione sociale e familiare. Soggetto "non più" ma "non ancora" vivo. Passato attraverso prove iniziatiche tanto esasperate da averlo in tutto ma non ancora in tutto mutato: come Sigfrido, che la saga dei *Nibelunghi* immagina bagnarsi nel sangue del drago per diventare immortale e tuttavia rinascere da quell'immersione con un "punto" del suo nuovo corpo – un vuoto nella sua nuova armatura (il corpo tecnologicamente esteso di cui abbiamo detto prima) – che ancora appartiene al passato, che ancora è presente nel già compiuto futuro del proprio mutamento.

Molti luoghi comuni del sapere – della pedagogia, della psicologia, persino della sociologia applicata ai media e delle istituzioni religiose e civili, delle ideologie conservatrici e progressiste – manifestano invece un giudizio fortemente negativo nei confronti del cinema della paura, delle atroci violenze individuali e sociali che esso esibisce e sfrutta. Questo giudizio si allinea con una critica parimenti negativa nei confronti del cinema e più in generale delle culture dei consumi, imputando alla loro crescita intensiva effetti imitativi, alienazione, perdita di valori, crolli di senso civile, che sarebbero la diretta causa di devianza e violenza sociale. Assai raramente si cerca di ottemperare al buon senso e al buon gusto di queste posizioni calibrandole con una riflessione più articolata, più attenta al ruolo che l'immaginario votato alla rappresentazione del desiderio di violenza e di paura ha svolto e sta svolgendo nella società come sua specifica forma di metabolizzazione simbolica.

Pelle
Francesco D'Orazio

La pelle si trucca, si profuma, si protegge. La pelle si perfora, si tatua, si incide. La pelle si lacera, si ustiona, si asporta. La pelle si macchia, invecchia e si "tira". In un certo senso la pelle rappresenta un foglio su cui si può scrivere di sé e attraverso cui si può dare forma al sé. Ma è anche un foglio che si presta a far scrivere gli altri su di noi. Don Diego de La Vega, in arte Zorro, lascia il segno con la spada sulla pelle dei nemici che ha sconfitto. In *Nella colonia penale*, del 1919 di Franz Kafka la legge si scrive con l'erpice sulla pelle del condannato. In altri termini, il marchio sulla pelle è uno dei mezzi attraverso i quali la legge si incarna nel corpo.

Nell'ambito di un'interpretazione delle modalità sensoriali del corpo in chiave semiotica, Jacques Fontanille analizza il senso del tatto come momento del contatto tra il sé e il mondo. Al centro di questa struttura bipolare si trova la pelle, o meglio l'involucro del sé-pelle. Essendo un confine, la pelle è allo stesso tempo un punto di separazione e un punto di contatto. In quanto punto di separazione definisce il "proprio" dal "non proprio". In quanto punto di contatto regola le relazioni tra il sé e il mondo secondo due operazioni: il rifiuto del "non proprio" o l'"appropriazione", vale a dire l'accettazione del "non-proprio" nel "proprio" secondo le varie modalità sensoriali. La pelle costituisce dunque un limite. I limiti sono "'punti sensibili': quando ci si avvicina a essi, li si tocca o li si supera, scatenano programmi e contro-programmi modali sia d'assimilazione sia di dissimilazione" (Zilberberg 1993). E il fatto stesso di essere un limite rende la pelle significante, in quanto rimanda a qualcosa che non è accessibile. La pelle è uno schermo in due sensi: garantisce una "schermatura" e fornisce una superficie di segni.

A meno di non tentare un'effrazione, la pelle è una superficie che non possiamo oltrepassare, se non attraverso la significazione.

La fotografia si nutre di pelle. È avida di luce, di pori, di pigmenti perché è avida di segni. E genera a sua volta nuovi segni, nuove pelli. Nel 1859, Oliver Wendell Holmes cercando di definire l'essenza della fotografia la descrisse in modo illuminante come una caccia in cui il cacciatore che cattura la preda ne prende solo la pelle e abbandona la carcassa. Il commento di Holmes continuava con la previsione che presto il mondo sarebbe stato popolato sempre meno dalle carcasse e sempre più dalla sola pelle delle cose. *World Skin*, un'installazione di Maurice Benayoun del 1998, sembra portarci dritti in questo mondo fatto di sola pelle. All'interno di una stanza in cui tutti i muri sono completamente coperti da schermi (un CAVE, Computer Assisted Virtual Environment) vengono proiettate immagini di guerra in tre dimensioni. La particolarità di *World Skin* è che i visitatori possono scegliere una di queste immagini proiettate e portarsela via. Mano a mano che ognuno si appropria di un pezzo di questa pelle, il mondo scompare lentamente lasciando spazi bianchi al posto delle immagini asportate. Al contrario di quanto avviene nell'installazione di Benayoun, il nostro mondo brulica ancora delle "carcasse delle cose" di cui parla Holmes. Quello che facciamo oggi, semmai, è fabbricare pelli di dimensioni enormi che possano coprirle, occultarle, o per lo meno renderle meno materiali. La penetrazione in architettura di logiche reticolari e connettive ha fatto sì che l'idea di pelle diventasse lo strumento più adatto per esprimere la dinamicità, la flessibilità e la leggerezza delle strutture architettoniche contemporanee. Si sente spesso parlare di una "pelle dell'architettura". Con quest'espressione si intende un rivestimento sia interno che esterno degli edifici, spesso fatto di immagini, che ha la funzione di rendere più dinamica e meno materiale la struttura del-

l'edificio. Come nota Marcos Novak, un architetto americano che alla fine degli anni Settanta cominciò a sperimentare le prime immagini di sintesi, l'immaterialità dell'informazione contamina ciò che in architettura è sempre stato considerato solido e stabile rendendolo "liquido" e mutevole. Si va dalla pelle dei manifesti pubblicitari giganti che ricoprono intere facciate di edifici, agli schermi di vetro translucido che ricoprono le pareti in *Networked Skin*, l'installazione di Christian Möller e Joachim Sauter; dalle strutture flessibili coperte di una pelle elastica in *TransPORTs2001* (di Kas Oosterhuis) alle sperimentazioni dell'architetto giapponese Toyo Ito (che nel 1997 ha realizzato la *Mediateca* di Sendai) secondo cui "l'architettura dovrebbe emulare la nostra pelle e diventare elastica e sensibile" (de Kerckhove 2001). Quando parla dell'architettura come pelle elastica e sensibile, Toyo Ito fa riferimento alla riflessione di Marshall McLuhan sulla centralità del tatto e della pelle nelle società ad alto tasso di diffusione dell'elettronica. Nel lavoro di Toyo Ito, la "pelle dell'architettura" è

> un'epidermide sensibile che riveste gli edifici e permette di far interagire l'ambiente domestico con lo spazio urbano, assorbendo all'interno luci, suoni, flussi e restituendo all'esterno immagini e tensioni vitali (Prestinenza Puglisi 1998).

Sono molte le "cose" che hanno acquistato una "pelle": pensiamo per esempio ai telefoni cellulari o ad alcuni software, specialmente i lettori multimediali come *Winamp*. Ma gli oggetti non hanno sempre posseduto una pelle. L'origine dell'epidermide degli oggetti risale alla nascita del design moderno nella seconda metà del XIX secolo:

> Alla nuova figura del designer non si chiedeva di intervenire su un oggetto, ma "sulla sua forma di merce" (…) la sua proiezione "feticistica" (Marx) ed "esotica" (Baudelaire) (…). Alle scaturigini del moderno design sta dunque "la forma fantasmagorica" della merce (Vitta 1996).

Ma se il design rappresenta la pelle delle cose, la sua diffusione massiva a tutto il “regno del prodotto” fa sì che esso possa essere considerato e analizzato come la “pelle di una cultura”.

Pelle fotografica, digitale, architettonica, “pelle della cultura”. L’estensione dell’uso della parola “pelle” e l’estensione di una pelle vera e propria sugli oggetti va ricondotta all’estetica ottocentesca del riverbero delle merci poiché è in quei territori che comincia a proliferare il germe dello “snaturamento fantasmatico della scrittura”. L’espansione di una “pelle” sul reale ha la sua matrice culturale proprio nell’avvio di quel processo di smaterializzazione. Visto che le “carcasse degli oggetti” non manifestano affatto la minima volontà di abbandonare il nostro mondo, né noi dopotutto siamo così convinti del privarci della loro calda materialità, allora non ci resta che tenerle e velarle con una pelle che le faccia apparire almeno più leggere e meno materiali di quello che sono. Nella civiltà dei consumi il bagliore della pelle si fonde al bagliore degli oggetti e una luminosità seducente rende il reale coestensivo al sogno avvolgendolo con una pellicola di desiderio.

Pianto

Alberto Abruzzese

Una buona educazione all'antica impartiva regole di contenimento del dolore, dei suoi gesti scomposti. Solo alla gente ineducata e triviale era concesso manifestarlo in pubblico e senza freni. Solo alla tradizione della tragedia – e solo grazie alla materia simbolicamente filtrata dei miti – era concesso raggiungere l'apice di un corpo in sofferenza, urlare e lacerarsi in scena aperta. È con la letteratura di massa – nel suo punto di congiunzione tra avventura romanzesca e gusti popolari – che il pianto comincia a essere un ingrediente fondamentale della comunicazione: narrazioni scritte per far piangere (in questo attente a un pubblico prevalentemente femminile, desideroso di "identificazioni", "sfoghi" difficilmente concessi dalle buone maniere della società civile se non nell'immaginario evasivo della lettura). Si è trattato di un'attenzione al gradimento per emozioni forti che pubblici scarsamente educati al gusto estetico – dunque in grado di essere toccati, "commossi", solo attraverso l'esperienza in tutto locale del loro corpo (famiglia, nascita, malattia, desiderio, amore, morte) – hanno continuato a dimostrare sino al cinema popolare, al fotoromanzo e allo sceneggiato televisivo. Sin qui, tuttavia, il pianto resta confinato nello spazio della fiction. È un'invenzione fatta ad arte. Sfrutta la disperazione solo simulandola. A piangere realmente è solo il consumatore (gradualmente formato, in tal modo, a una sorta di sadomasochismo del sentire, utile esercizio per rendere appassionato il rapporto tra personalità e mondo delle norme e delle istituzioni sociali).

Nella fase culminante della televisione generalista (quella che in Italia si compie a partire dagli anni Ottanta) è invece il ricorso alla rappresentazione diretta del dolore a costituire uno degli stimoli spettacolari più esibiti dalle reti (programmi di informazione, ma anche di intrattenimento) e più fre-

quentati dal pubblico (quello degli affetti familiari, delle sue memorie e delle sue aspettative). Spesso, alla fragranza in sé degli eventi drammatici (catastrofi naturali, guerre, incidenti mortali, malattie, tragedie domestiche, abbandoni, crisi), si preferisce sfruttare la sofferenza di chi li ha subiti (soprattutto se tali eventi non godono di sufficiente spettacolarità o si ritiene che siano di un tipo ormai troppo usurato o comunque se ne vuole rafforzare la componente emotiva per agganciare la sensibilità distratta dello spettatore). L'informazione non si sofferma sul racconto e sulla spiegazione o sul commento dei fatti che hanno prodotto dolore, ma parte dalla messa in scena di quest'ultimo. Sfrutta il corpo di chi soffre. Lo coglie nel momento del suo lacrimare. Anzi, se può, lo stimola a tal fine. Non lo guarda piangere, ma lo fa piangere affinché sia guardato. Ponendo delle domande che non possono avere risposta (se non quella banale di un degradato calco letterario) – cioè domande che non possono consentire parole, ma solo lacrime – l'intervistatore è nella posizione di chi, pronunciando alcuni segnali convenzionali, fa muovere a suo piacimento le bestie da circo. Pretende una loro performance. Qui, l'artefice dello spettacolo induce l'attore sociale ad abbandonare la piattaforma espressiva su cui più o meno si fondano tutti i generi audiovisivi di massa, ciascuno a suo modo affidato a una trama testuale, un galateo civile, un contesto cognitivo, consegnandolo brutalmente al linguaggio psicofisico, alle manifestazioni somatiche del corpo, alla sua smarrita possibilità di comunicare verbalmente, dunque alle sue contrazioni nervose, alle sue emanazioni istintive, alle sue secrezioni. Appunto smorfie, lamenti e pianto. A quest'automatica, irresistibile scomposizione del volto di chi piange e singhiozza (la radice etimologica di piangere ha a che vedere con il battersi il petto sino a lacerarlo) la televisione affida lo spettatore perché vi si riconosca. Perché si senta attratto in quel precipitare del senso dal detto al non detto, anzi al non dicibile. Perché in lui s'innesti un sommovimento analogo, un'altrettanto intensa immersione nelle proprie viscere.

Questa pratica televisiva appartiene a una vasta gamma di strategie volte a incrementare l'uso di un mezzo di comunicazione e il consumo dei suoi prodotti, a promuoverne l'acquisto attraverso la loro assoluta disponibilità tecnica a essere indiscrete, a far vedere il fuori scena, l'osceno, della vita ordinaria. La pornografia, come la messa in atto del pianto, è il luogo in cui si applica un'analoga forma di "documentazione": il corpo, visto dal vivo, messo in opera dalla sua stessa carnalità, si rivela essere il contenuto reale della tecnologia. Ciò che essa vorrebbe sempre essere in grado di donare e che i linguaggi sociali nascondono attraverso i loro specifici filtri normativi. Nella strategia del pianto si afferma tuttavia la massima resa di una stimolazione dotata di elevatissimi livelli di ascolto (tutti conoscono il linguaggio delle lacrime, al di là di ogni barriera culturale e persino quando non se ne condivida l'uso in chiave strumentale, consumista) e al tempo stesso di legittimità sociale. Infatti, il ricorso alla rappresentazione del dolore rimanda a sentimenti di solidarietà intorno ai conflitti di potere, a dimensioni compassionevoli dell'opinione pubblica che funzionano sia come impulso al mutamento sia come rafforzamento degli stereotipi.

Dunque il pianto ha a che vedere con l'autorità. Il pianto televisivo – pienamente affermatosi quando le emittenti generaliste hanno raggiunto la loro massima capacità di costruire legami societari, simboli condivisi – svolge il ruolo rituale, anche se paradossalmente rovesciato, che nelle comunità tradizionali veniva affidato alle prefiche, al pianto corale necessario a dare conforto pubblico al lutto privato. Là, a lenire l'autentico o verosimile lamento dei parenti, altri dovevano e volevano piangere secondo un copione convenzionale. Qui, a lenire il produttivo senso di perdita che ogni morte evoca, è chiamato il dolore del parente stesso, che – se soggetto televisivo, cioè sentitamente partecipe della visibilità della televisione – sarà grato dello sguardo collettivo che gli è rivolto, confortato della sua finzione.

Politica

Alberto Abruzzese

Il termine politica, avendo la sua radice nel termine greco *polis*, è tra le parole che indicano con maggiore forza ed evidenza la lunga durata e l'autorità delle tradizioni e dei valori a cui appartiene la società moderna. Etimologicamente la politica fa riferimento a tutte le tecniche, le arti che riguardano il contesto di relazioni partecipative e conflittuali di una pluralità di individui appartenenti a una stessa esperienza collettiva del tempo e dello spazio. La letteratura scientifica sulla politica si è interrogata a lungo se esista e possa esistere una sfera autonoma della politica. Meno attenta e problematica, invece, risulta essere una riflessione sulle sue forme espressive (il consistente indirizzo imboccato dagli studi sulla comunicazione politica nella maggior parte dei casi lascia ad esempio inascoltata le letteratura sulla microfisica del potere, che da Bataille [1897-1962] si spinge sino a Foucault [1926-1984], autore, dopo Freud, assai attento alle dimensioni sociali della civiltà post-industriale e informatica).

Oggi, nell'usare il termine politica, ci si muove in due distinte direzioni, rispettivamente connesse ai due significati in cui la civiltà romana ha diviso la sua originaria unità semantica di "polis", vale a dire *urbs* e *civitas*, che traducono rispettivamente la componente fisica e quella sociale della polis greca: quella che appunto riguarda l'insieme di strategie che caratterizzano i rapporti di potere di un determinato ambiente di vita umana e quella che si riferisce direttamente agli apparati moderni che hanno istituzionalizzato e professionalizzato l'agire politico nelle forme dello Stato, dei partiti, dei ceti dominanti e dei movimenti. A volte questi due modi di intendere la politica sono divisi solo da sfumature di senso, eppure anche in tali casi, anzi forse proprio nella loro con-fusio-

ne, impongono due ordini del discorso radicalmente diversi, inducendo a ragionare e agire da un lato sulla sostanza dei dispositivi macrosociali e microsociali con cui qualificare la forme di vita dell'abitare e dall'altro solo sulla forza dei soggetti, delle organizzazioni e dei poteri che le controllano, le governano e vi confliggono. Da un lato è favorita l'analisi dei linguaggi con cui i poteri di un determinato territorio si esprimono nell'esperienza vissuta, dall'altro lato è invece favorito il campo della sovranità, delle sue norme giuridiche e autoritative e delle sue forze antagoniste.

Lo sviluppo moderno, almeno a partire dalla nascita della metropoli e dalle sue forme di relazione, ha progressivamente assorbito le mappe urbane e istituzionali della città – dunque della cittadinanza, della società civile – gettandola nella qualità immateriale dei media, territori di consumo e produzione simbolica via via sempre più diversi dal contesto originario delle politiche moderne. Giunto alla massima espressione di questo processo – e dunque una volta che i territori televisivi si sono fatti mondo – l'agire politico in quanto forma storica di dominio sui territori della civiltà urbana e dell'identità cittadina ha sempre più perso di vista le forme dell'esperienza vissuta e ha dunque abbandonato la pienezza del proprio originario significato, lo ha reso ambiguo, troppo debole e inefficace per pretendere di essere arte di governo e insieme troppo forte e violento nei modi in cui controlla le nuove spaziature territoriali dell'abitare.

L'uso prevalente del termine politica esprime dunque non solo un modello mentale interamente vincolato alla tradizione premediale del tempo moderno, ma anche la pesante ipoteca autoritaria che tale tradizione continua a esercitare sui mutamenti del mondo. Tuttavia è difficile potere fare a meno del termine politica, del peso dei suoi soggetti e dei loro interessi. Difficile persino quando si adotti un modello mentale antitetico, cioè aperto alla qualità delle relazioni sociali dei sistemi contemporanei e alla

centralità che vi assumono i media, i loro mercati e la loro sensorialità. Possiamo comunque utilizzarlo tenendo bene in mente – e in questo lessico abbiamo cercato di farlo – che l'orizzonte del discorso politico in tal caso abbandona le mappe della politica tradizionale e cerca invece di adeguare i propri strumenti alla qualità dei nuovi territori dell'abitare. Dunque ai contenuti delle soggettività che vi si incarnano. L'abitare rimanda etimologicamente al verbo avere, possedere. Stessa radice di abito e abitazione. Non allude all'essere ma all'esserci; non alla stabilità dei saperi istituzionalizzati, ma alla mobilità delle mode; non alla divisione tra cittadinanza ed economie del desiderio, ma alla loro fusione nel prodursi e riprodursi del consumo, dunque nelle tecniche del corpo assai più che nello spazio normativo delle leggi e dei modi di produzione del controllo sociale.

Pornografia

Alberto Abruzzese

La nudità del corpo, la sua riduzione alla natura di animale (per quanto arricchito da straordinarie protesi meccaniche e sociali), cade vittima di ogni pratica e ogni discorso trascendentale. Tra le poche garanzie di laicità spiccano proprio le zone sempre più emergenti della pornografia, di solito data per emblema dei processi di alienazione della persona, di deviazione della mente, di eccitazione dei consumi, di stimolo alla violenza, di disinteresse pubblico. Si pensi a quanto i territori della pornografia si siano connessi allo sviluppo dell'audiovisivo, di Internet e dei videogiochi; quanto ne costituiscano un motore e quanto, all'opposto, le stesse tecnologie vengano, attraverso continui allarmi e divieti, strategicamente usate al fine di ricondurre il controllo sociale sotto l'autorità delle forme culturali tradizionali, quelle dello Stato, della Chiesa, della Famiglia e delle istituzioni pubbliche.

La pornografia non è dolce, non è sentimentale, è un'alterazione del corpo che semmai risulta la più opaca dal punto della passione che la anima. Anche la parola desiderio è troppo culturale per darne il senso. È massima sensorialità, massima verifica della propria appartenenza psicofisica, somatica, massima espressione di un immaginario senza pensiero e coscienza. Ma non ha senso se non quello che fa. Ha sì derivato le sue forme moderne dalla sostanza divisa e ripetitiva dei rapporti industriali, delle macchine pesanti, ma ha sempre lavorato sul corpo, senza attenuarlo, senza vestirlo con filtri e abiti che impediscano lo sguardo diretto sulle sue funzioni. La progressiva divulgazione della pornografia – nel corpo, appunto, dell'esperienza psicofisica – ha funzionato in chiave anti-estetica, anti-narrativa, anti-statuale, e dunque contro le retoriche dell'arte e della società. La por-

nografia è il "fuori scena" che tutti siamo. È là – come nella morte – che si annida la risorsa latente, l'incognita, il punto di vista della "nuda vita".

La pornografia è la dissipazione estrema di cui dispone e gode il quotidiano. Non godimento sessuale, si badi: questo è semmai un risultato secondario, il tentativo di dare un senso a ciò che non lo ha se non da un punto di vista puramente animale. È cerimonia distruttiva e non costruttiva. Distruttiva sin dal suo inizio, quindi una non-cerimonia. Non genera, non familiarizza, non recupera. Non universalizza. Non ha memoria, passato e futuro.

Le mode la sfiorano appena, toccano soltanto qualche tratto accidentale, inessenziale all'evento pornografico, quelli voluti dai mercati del sesso. A differenza delle morbidezze dell'erotismo, la pornografia si mette in scena senza contesto. Dunque di fatto essa non si mette in comune, non mette in comune nulla, neppure i suoi attanti. Essa ri-guarda soltanto l'essere "al contrario" di tutto. Solo l'insicurezza di chi fa video porno spinge a usare sguardi civetta, sguardi in macchina, agganci prospettici. Solo l'assoluta indifferenza (né diversità né solidarietà) che vi accade pone il problema di dovere trovare uno spettatore compiacente. Di fatto, la pornografia resta sempre qualcosa in sé.

La pornografia è anche la fiction in cui sapere se gli atti che vi si compiono sono veri o falsi diventa un problema inutile, che non ha nulla a che vedere con l'oggetto della rappresentazione. Un problema che riguarda solo gli effetti sullo spettatore (veri o falsi?) o la domanda impossibile che questi dovrebbe porre alla muta superficie della fiction in quanto riproduzione (domanda che, in certa misura, risulterebbe altrettanto strana se posta non a un "simulacro" di persona ma a una persona dal vivo, interrogata "a freddo" in quelle stesse posizioni o anche "a caldo", poiché del vero e del falso si sa poco anche tra i più appassionati partner).

Nella pornografia, venendo esibita l'unica realtà di qualcosa che non è né vero né falso, scompare la sfera etica (con il conseguente depennamento delle questioni estetiche tra ciò che è bello e ciò che è brutto). Qui non si pone il problema della scelta né il problema dell'utilità. Anche in questo caso i film pornografici, che alludono al sesso come forma di liberazione e di trasgressione sociale, sono altra cosa. Altra cosa anche le cornici (o i per altro ridicoli espedienti) con cui l'intento commerciale che dà spazio alla pornografia sente il bisogno di enfatizzare l'immagine attraverso manifestazioni di piacere.

Tanto intense sono tutte queste deviazioni dal contenuto essenziale della pornografia da rendere quest'ultima sempre e soltanto un'aspirazione irrealizzabile, qualcosa che occupa non la nostra fantasia ma ciò che noi semplicemente siamo una volta spogliati di tutto. La pornografia non ha simboli e non ha cultura. Non è bisogno psicologico o affettivo dell'altro. E neppure desiderio di socializzare. Tanto meno attraverso la procreazione. È una sorta di vuoto in cui può apparire una cosa sola.

Post-moderno
Alberto Abruzzese

Movimento e più spesso griglia interpretativa che definisce in vari campi del sapere e del fare – architettura, letteratura, arti – la coscienza critica della fine dei valori formali e ideologici del Moderno, della storia, degli stili e delle forme che vi si sono sviluppati nel ritmo ininterrotto dei processi di modernizzazione. Il termine, pur essendo emerso nel vasto dibattito filosofico internazionale seguito alla pubblicazione nel 1979 di *La condizione postmoderna* (Lyotard 1979), è già presente come concetto non a caso nella filosofia della storia di Spengler, per i suoi evidenti nessi con la crisi dello "spirito dell'Occidente", e aveva assunto una sua già compiuta tematizzazione sociologica nel 1973, con l'uscita di *The Coming of Post-Industrial Society* (Bell 1973).

Una sensibilità postmoderna, del resto implicita a ogni riferimento alla filosofia hegeliana della morte della storia e della morte dell'arte, è particolarmente riscontrabile nella letteratura sulla pubblicità e nelle sue pratiche, in quanto linguaggio che nasce da profonde contaminazioni spaziotemporali, da un uso intensivo delle citazioni – come ad esempio l'eclettismo e il sincretismo architettonico realizzato nelle Esposizioni Universali – e si sviluppa in modo specifico nel tempo delle risorse immateriali, della riduzione al presente dei flussi televisivi di ogni tradizione e contesto storico. Significativa è la buona disposizione nei confronti delle culture dei consumi, dei grandi media e dei linguaggi pubblicitari in filosofi schierati sul fronte delle teorie postmoderne (Vattimo 1989). Specialmente sul piano estetico, molti dei temi relativi al postmoderno sono confluiti nella interpretazione dei linguaggi del presente postindustriale come tendenza neobarocca, individuata anche

negli stili della pubblicità (Calabrese 1987) e nel dibattito sui linguaggi virtuali (Maldonado 1992), tappa ultimativa dei processi di fantasmatizzazione delle merci.

Postumano
Davide Borrelli

La condizione umana viene generalmente distinta da quella animale per la capacità che l'*homo sapiens*, in quanto privo di ambiente naturale specifico, ha appreso: costruire mediante la tecnica un mondo artificiale in cui abitare. Il pensiero che pensa il postumano – espressione dell'orizzonte culturale e simbolico contemporaneo – a sua volta si distingue dall'umano per il diverso modo di declinare il significato e la funzione della tecnica, nonché di articolare il rapporto fra vita umana e vita animale. Nel regime dell'umano lo strumento tecnologico si configura sostanzialmente come prosecuzione funzionale dell'organismo, lasciando impregiudicata l'originarietà cronologica e ontologica del corpo umano. Nel postumano, che trova nel motivo immaginario del *cyborg* la sua espressione più emblematica, la tecnologia si impianta invece direttamente all'interno del corpo, producendo un ibrido biotecnologico che – decostruendo ogni dualismo fondato sulla base di una prospettiva essenzialistica – rende improprio distinguere tra organico e inorganico, umano e macchinico, naturale e culturale, femminile e maschile.

Si potrebbe sintetizzare lo snodo tra umano e postumano sostenendo che nel primo caso la tecnica tende a esteriorizzare l'interno dell'uomo nel mondo, mentre nel secondo promuove un movimento di interiorizzazione nell'uomo del mondo, in tutte le sue variegate espressioni animali, materiali e tecnologiche. Alla prima fase corrisponde il momento del corpo macchina, tipico del modo di produzione fordista-taylorista, in cui il rapporto tra tecnica e vivente è concepito sotto forma di dominio della prima sul secondo. La tecnica che interiorizza il mondo nell'uomo produce il corpo digitale e tecnologico dei lavoratori della conoscenza, la cui soggettività e la cui atti-

vità comunicativa vengono assunte esse stesse come elementi nell'ambito del processo produttivo. Se questo esito del postumano produca una nuova e più sofisticata forma di oppressione da parte del sistema capitalistico, oppure dispieghi inedite opportunità perché i *knowledge workers* si riappropprino simbolicamente del senso del proprio lavoro, è questione attualmente oggetto di un articolato dibattito sulle prospettive della biopolitica e delle nuove tecnologie della comunicazione.

Informatica e ingegneria genetica sono le tecnologie caratterizzanti del postumano, alimentando la prima l'idea di oggetti senzienti e intelligenti che si animano e autodeterminano, la seconda promuovendo la prospettiva di organismi viventi prodotti artificialmente. L'universo concepito in film come *Terminator 2*, nelle opere di artisti come Cindy Shermann o nei racconti di narratori come William Gibson (*Neuromante*, *Mona Lisa cyberpunk*, *Giù nel ciberspazio*) costituisce lo sfondo immaginario e simbolico dell'orizzonte postumano. La riflessione di pensatori come Donna Haraway (1991; 1997) e Giorgio Agamben (2002), per non fare che qualche esempio, ne approfondisce i motivi culturali, epistemologici e ontologici.

Privacy
Alberto Abruzzese

L'incredibile aumento di telecamere diffuse nei territori della sfera pubblica (per motivo di controllo a tempo pieno su piazze, banche, periferie pericolose o per motivo di videomaker amatoriali che l'industria del turismo ha sviluppato rimpiazzando l'uso più discreto della fotografia) e sui territori della sfera privata (*web TV* da casa a casa, da computer a computer) ha sconvolto ogni regola della privacy scavalcando qualsiasi ordinamento legislativo. Il progetto umanitario e insieme concentrazionario del Panopticon di Bentham si è in tal modo realizzato sia nel senso che tutti guardano e sorvegliano tutti, sia nel senso che un potere sovrano può vedere ogni reciproco sguardo dei soggetti sociali.

Questo fenomeno s'inserisce nel quadro assai più globale dell'informatizzazione di qualsiasi procedura umana costretta a dichiarare le proprie generalità (transazioni economiche, bancarie e fiscali, acquisti a distanza, contratti, accessi a fonti, consultazioni, relazioni) e che dunque comporti trasmissione di dati anagrafici e biografici che potrebbero, se non preservati da rigide regole di privacy, venire usati per scopi diversi da quelli desiderati, previsti, opportuni o non opportuni che siano.

È evidente che qui siamo nell'arduo campo di un'urgente ridefinizione dei presupposti etici da assegnare a ordinamenti sociali che sono andati fissandosi e strutturandosi in base alla natura di mezzi di comunicazione relativamente più compatibili con la necessità di controllarli. Ma è altrettando evidente che anche la fotografia o il telefono o il cinema hanno prodotto a loro tempo forti reazioni di rifiuto, apparendo come violente forme di intrusione nel privato pericolose per la persona e per la collettività. È dunque ovvio e purtuttavia necessario sot-

tolineare che i rischi e le perversioni con cui l'innovazione mette sempre più in pericolo la difesa della privacy (aprendo possibili deviazioni di tipo politico, autoritario, poliziesco, criminale, spionistico, insurrezionale o altro) dipendono dalla tecnologia in sé solo sotto il profilo della sua efficienza. Ma il fatto che quest'ultima possa essere usata in modo negativo e non positivo, garantista e non liberticida, dipende sicuramente dai soggetti che se ne servono.

Anche il più semplice servizio di vivavoce, di cui dispongono i telefoni per fare ascoltare a terzi ciò che è previsto essere una conversazione a due, viene ad esempio usato da alcuni per trasformare una telefonata non solo in pettegolezzo, indiscrezione, ma anche in tranello, delazione, arma di ricatto, sofisticata quanto impropria strategia di dominio sull'altro. Comportamenti di tal genere si hanno in organismi istituzionali e apparati in cui sono venuti meno i valori stessi delle professioni e del lavoro, adulterando spesso irreparabilmente i codici delle relazioni conflittuali tra soggetto e soggetto, gruppo e gruppo, interesse e interesse, sino a mortificare la stessa produttività dei conflitti di potere. Esiste dunque un livello sociale su cui le authority a cui è stata assegnata la salvaguardia della privacy, possono intervenire, studiando le nuove norme da impartire per difendere i diritti della persona (Rodotà 1997), ma assai più sfuggente risulta il livello culturale che di simili norme dovrebbe costituire il punto di partenza (la loro scelta e elaborazione) e non soltanto di arrivo (la loro imposizione e accettazione).

Privatizzazione

Alberto Abruzzese

I media che si affermano nel XIX e nel XX secolo, come il telefono, il fonografo e la radio, esprimono sul piano comunicativo un diffuso bisogno di privatizzazione della vita sociale, che coincide con il progressivo spostamento sia delle attività professionali sia dell'intrattenimento all'interno del nucleo domestico. Nel suo celebre studio sulla storia del concetto di opinione pubblica Jürgen Habermas (1962) ha sostenuto che una delle conseguenze più rilevanti della comunicazione di massa fu la promozione dei contenuti privati della vita sociale (come il consumo e il *loisir*) alla dimensione pubblica. È un processo che Habermas legge nel contesto involutivo di una rifeudalizzazione della sfera pubblica, ma che, da un punto di vista ribaltato, può anche essere interpretato come un momento di riabilitazione e di legittimazione, ossia di de-privatizzazione, del privato.

Come suggerisce la parola, la dimensione privata è storicamente associata con l'idea di *privazione* e di disvalore, al punto che già nell'antica Grecia *idiótes* era il termine usato per designare un cittadino privato, socialmente menomato in quanto privo di ruolo pubblico. Con la dottrina cristiana si accresce la separazione tra spazio pubblico e spazio privato, ma s'inverte completamente la valutazione che di essi viene data sul piano etico e valoriale: la distanza fra città terrestre e città celeste, fra strada e cattedrale, viene ora affermata per sancire l'inferiorità morale dell'esterno rispetto alla densità spirituale dell'interno, considerato come principale luogo di riferimento della famiglia, della sua parentela con motivazioni divine, religiose, dei suoi rituali di nascita, iniziazione e morte, tra cui i sacramenti del battesimo e del matrimonio. Dunque del sacro (*in interiore homine habitat Deus* – diceva Agosti-

no). Ma, con lo sviluppo del cristianesimo, è sempre nel rigido dominio del Cielo sul Mondo che la sfera privata può riscattarsi dalla sua condizione terrena di sudditanza rispetto ai poteri dell'uno e dell'altro. Essa consegna la propria natura produttiva e sociale all'autorità del Sovrano e la propria natura effimera e provvisoria alla Chiesa.

I media del XIX e XX secolo, invadendo la sfera privata, contribuiscono a riscattarla sul piano simbolico dalla sua tradizionale condizione di inferiorità e di emarginazione. Se la stampa del XVII secolo fu il veicolo di un'opinione pubblica che in sostanza era espressione degli interessi di un gruppo elitario di maschi e proprietari borghesi, media come il telefono e la radio hanno invece dato per la prima volta voce e cittadinanza comunicativa a soggetti *deprivati* – come, ad esempio, donne e bambini – cui era tradizionalmente negato il diritto di esprimersi al di fuori della dimensione domestica. D'altra parte, rispetto alla condanna cristiana dello spazio esterno e triviale come luogo di potenziale corruzione morale, la privatizzazione prodotta dai media svolge un ruolo determinante nei processi di mondanizzazione del sacro, per effetto dei quali il bisogno, tutto interiore, di trascendenza e di soprannaturale tende a secolarizzarsi e a trasferirsi nel lusso esteriore e pubblico delle mode e dei consumi.

L'avvento della televisione coincide con un'ulteriore evoluzione del processo di privatizzazione, che Raymond Williams (1974) ha definito come fase della "privatizzazione mobile". La televisione è a suo giudizio la tecnologia che, insieme con l'automobile, meglio esprime la condizione del presente, caratterizzata da una forma di vita incentrata contemporaneamente sulla casa e sulla esperienza della mobilità individuale. Protetti nei confortevoli abitacoli delle nostre auto, è come se ci portassimo dietro la nostra casa mentre ci spostiamo; esattamente come davanti alle nostre TV ci sistemiamo comodamente nel salotto di casa pronti ad assistere – viaggiando virtualmente – a flussi di immagini e di informazioni provenienti da ogni

parte del mondo (Abruzzese, Borrelli 2000). Qui si concentrano i vari passaggi dovuti alle dinamiche di modernizzazione della vita quotidiana e di metropolizzazione dei suoi territori: il passaggio del mondo esterno nello spazio-tempo della metropoli; i passaggi dell'esperienza metropolitana nei traffici e nelle strade della collettività sociale; infine i passaggi di questa esperienza generatrice dentro la dimora dell'individuo e dei suoi legami familiari. Dall'arredamento urbano all'arredamento domestico: un "sistema degli oggetti" che riproduce su piccola scala l'imponenza planetaria di una cultura della produzione e dei consumi che tende a non avere confini, a esplodere nelle dimensioni plurali e divise delle moltitudini. Così il gioco metropolitano si fa gioco domestico: l'illustrazione, la fotografia, le cartoline, il manifesto pubblicitario e cinematografico coprono le pareti di casa insieme allo schermo televisivo. La città delle relazioni comunicative dovute al tempo di lavoro e al tempo libero supera l'orizzonte funzionale del necessario e tocca quello finzionale del superfluo. L'uomo *faber* ha sempre più bisogno dell'uomo *ludens* e questo appartiene non solo alle dimensioni collettive delle cerimonie pubbliche ma anche alle dimensioni locali dell'esperienza individuale. Il collante tra queste due dimensioni è costituito dallo spazio domiciliare, dall'abitazione privata. La città ludica si riproduce così nell'intrattenimento familiare.

Il gioco è una trasgressione di norme più o meno sanzionate, trasgressione codificata a sua volta da precise regole (con vari margini di possibile "rottura" per garantire l'interesse e la dinamica evolutiva del gioco stesso), regole la cui applicazione comporta una deroga, più o meno legittimata, dai rapporti spazio-temporali prodotti nella e dalla normalità dei rapporti sociali. Esistono due grandi famiglie di giochi (anche se forse è più corretto dire che sono esistite): quella dei giochi agiti sul territorio fisico (dall'alpinismo al calcio seguendo la dinamica suscitata dalla massificazione dello sport e cioè ancora una volta

della produzione metropolitana del gioco collettivo) e quella dei giochi agiti nello spazio chiuso di una stanza. Gli uni e gli altri contengono e fanno perdurare elementi sacrali, forze coesive fondate sul conflitto, pratiche di simulazione, esercizi di guerra. Gli uni e gli altri *spostano* frontiere che, al di fuori delle condizioni spazio-temporali del gioco, vengono imposte come invalicabili e rigidamente difese. Ecco dunque che qui, in questi trapassi nell'agire ludico, vediamo evaporare la mappa del territorio reale rispetto a quelle della finzione, che si rivelano essere il vero territorio del potere.

Sono proprio i margini di *eccesso* del gioco e non quelli del suo rigoroso contenimento a dimostrare la potenza del gioco come linguaggio di ogni atto sociale. L'uomo *faber* pretende la verità del suo prodotto, l'uomo *ludens* pretende di vincere: non è un caso che la grande cultura borghese individuasse il segno della crisi della civiltà classica nello sbilanciarsi di questo rapporto a vantaggio di un perenne stato di guerra, di una verità fondata sul conflitto, di una comunicazione come pura forza della tecnica.

Si è detto che proprio la dinamica metropolitana fa sì che la città ludica si riproduca e concentri nell'intrattenimento familiare. Si tratta dello stesso *iter*, dello stesso *destino*, percorso dalla violenza metropolitana delle "classi pericolose", dalla piazza e dalla sopravvissuta "città vecchia" sino dentro la "stanza chiusa" dei cittadini. Un passaggio che il genere poliziesco ha trattato come indagine indiziaria sul corpo del morto: un cadavere di cui non si conosce più l'assassino, un evento traumatico di cui bisogna ricostruire la narrazione per scoprire chi ha vinto e chi ha perso nel conflitto della vita e per "rimettere le cose al loro posto" rispetto all'ordine sociale. Se così è – se cioè l'avvento dell'elettronica, perfezionando grazie alla televisione il lungo processo di privatizzazione iniziato già nell'Ottocento, salda in un unico punto, in un'unica attrezzatura, gioco collettivo e gioco domestico, individuale

o di gruppo – allora è inevitabile ritrovare nella dimora contemporanea gli stessi ingredienti: l'avventura, la violenza, la morte. Figure e narrazioni che si compongono in "generi" diversi e si mettono in gioco a uso e consumo della famiglia.

Ma torniamo alla traiettoria che dalla piazza va al domicilio: dal gioco collettivo al *loisir* domestico, dove tutto ritorna e si salda non più come chiusura sull'esterno ma come apertura interna verso tutti i mondi possibili. Le strategie sociali, rispecchiandosi nelle strategie familiari, nei piccoli insiemi nucleari della dimora standardizzata, funzionano allo stesso modo e le regole sono a portata di mano nell'evolversi stesso dei *generi* sul teleschermo. L'istituto della famiglia e la famiglia dei generi si saldano l'uno nell'altra.

Significativo il mondo delle soap opera (Colaiacomo 1999). Un esempio lampante è quello di *Dallas*, serie USA proposta anche al pubblico italiano, che ha definitivamente annunciato il mito della serie-saga, capace di bloccare l'interesse di un paese, fare ruotare intorno al suo intreccio politica, pubblicità e costume, far funzionare il "segreto" di un episodio o il carisma di un personaggio persino nel gioco delle parti tra un Carter e un Reagan, imprimere la patina e l'abbigliamento di un modello di vita (qui, i componenti di una grande famiglia, padri, figli e amanti di un impero economico) su altri modelli di vita (l'uomo qualunque, il video-cittadino, persino l'emarginato, il coatto) così da creare nuovi *freaks*, nuovi ibridi sociali, in cui è impossibile disincagliare e distinguere i bisogni reali da quelli immaginari.

Dallas o *Beautiful* (altra celebre serie) costituiscono indubbiamente uno standard perfezionato per quanto riguarda i ritmi rapidi e intensi della narrazione, la capacità di esaltare le tappe altrimenti banali del quotidiano, la struttura estremamente agile nei segmenti che mettono in opera a ogni episodio ma altrettanto solida nel suo impianto simbolico centrale, il coordinamento sempre atten-

to tra punte di recitazione e punte di regia, indicazioni di marketing e rimandi a dispositivi sociali (micro e macro, citazioni e trasgressioni nell'economia di un genere forte, con pertinenze sicure ma ottenute su una forma insolitamente estesa).

Infatti i "segnali" con cui si fanno riconoscere e consumare dallo spettatore, con cui definiscono il suo "spazio di fruizione" e gli consegnano un codice di lettura, una organizzazione coerente dei significati, sono molto forti e strutturati, innervati sin dall'inizio nella ideazione e produzione della serie. Queste pertinenze di genere sono appunto tanto profonde e estese perché coordinano insieme il grande plesso dei generi metropolitani, in cui New York è sempre direttamente o indirettamente riconoscibile, e il grande plesso dei generi rurali (frontiera, western, provincia contadina ecc.). Va inoltre detto che nel caso di soap opera come *Dallas*, *Dinasty* e *Beautiful* – presi come modelli di un'area infinita di prodotti analoghi – la famiglia radicalizza la sua funzione di dispositivo narrativo in stretta dipendenza da una costante domanda di modificazione del palinsesto televisivo, che riguarda la disposizione "strategica" dei generi, la linea di assemblaggio su cui si dispongono, il modo con cui stabiliscono analogie o dissonanze, si alternano, accoppiano o contrappongono.

Nei modelli televisivi americani (già nel cinema di serie e poi nei telefilm, sintetica miniaturizzazione del formato cinematografico, privatizzazione della sua natura di spettacolo pubblico), la famiglia è la protagonista evidente, assai enfatizzata, della serie di racconti: ne è titolo e soggetto. Il genere conserva una sua compattezza e i vari personaggi della famiglia, intessendo rapporti e conflitti con personaggi esterni al clan, difendono il nucleo familiare e *allo stesso tempo* il nucleo centrale del genere. I valori sociali dell'aggregazione "familistica" – del suo coeso insieme di opportunità, interessi e affetti – legittimano dunque la struttura compatta e univoca del genere televisivo: dalla commedia al poliziesco, dal *melo* al filone cor-

porativo (avvocati, medici, giornalisti, ecc. in cui è l'apparato professionale ad aggregare diversi punti di vista privati). Sino al genere demenziale. Esistono variazioni sul tema dominante (che è anche lo "stile" della famiglia) ma, tranne alcune eccezioni, sono caute.

Il ruolo consolidato di un dispositivo sociale incarnato in un dispositivo linguistico, narrativo, espressivo, seppur nelle diverse gradazioni con cui la famiglia è corpo centrale dell'azione o agisce ai margini, determina il comportamento di un suo "terminale" (il singolo che di volta in volta assume i connotati di un padre, di un figlio, di un marito o di un non/padre, non/figlio, non/marito) o addirittura scompare sullo sfondo come vuoto, parimenti significativo, cioè come insieme di valori e istituzioni sociali tanto scontato da essere invisibile (o di cui si vogliono rendere visibili per "assenza" le crepe, la caduta di egemonia, l'obsolescenza). Nel caso specifico costituito da *Dallas*, tuttavia, la famiglia funziona da contenitore di una grande varietà di generi e, un po' come accade nel tipo di legittimazione concesso dalla fantascienza, rende possibile l'estendersi a stella di più generi: un episodio leggero, uno drammatico, uno poliziesco, uno rurale e così via. Ciascun personaggio contiene il suo destino di genere. E la serie fa da contenitore di diversi destini.

Famiglia-contenitore, dunque, al pari di un apparato professionale (come la redazione di un giornale, l'aula di un tribunale) o di un'istituzione totale (come una caserma, un ospedale). Un meta-genere che articola nel megatesto dell'intera serie una distribuzione di eventi con molteplici pertinenze di genere, eventi-episodio scanditi da "appuntamenti" che si vogliono "immancabili" e la cui osservanza è parte del testo stesso, ne controlla la fluidità. Una famiglia-testo che si fa garante di continuità nella diversità (così come la domenica pomeriggio Pippo Baudo – nei panni di parente, cugino, amico di casa – intrattiene il pubblico familiarmente, presentando, rendendo "presenti" i pieni e i vuoti dei "numeri" e degli "inter-

valli", traducendo in mega-genere il suo stesso comportamento, modo d'essere, modo di porgere, accogliere, respingere, ospitare e condurre personaggi appunto di "diverso genere").

Famiglia che sintetizza spazio e tempo nella narrazione di se stessa; famiglia-territorio in cui il "sistema" non è lineare od oppositivo ma appunto a stella, a macchia d'olio. Forse non è un caso che il titolo della serie *Dallas* abbia a che vedere con il petrolio. Famiglia-struttura genetica di generi narrativi: ciascuna sua componente usa come *arma* l'odio e l'amore, il desiderio e l'intelligenza, il corpo e lo statuto sociale; qui non è la cooperazione ma il ricatto – la legge della contrattazione spinta sino all'eccesso dell'evidenza – a funzionare da dispositivo fondamentale dell'interazione tra i personaggi. Ancora una volta le esigenze brutali del profitto (etica della serie televisiva e della famiglia che la racconta) pervengono inevitabilmente a un ribaltamento didattico-pedagogico, alla spietata rivelazione del meccanismo operativo, a una fascinazione critica, cioè consapevole, straniata, deliberatamente simulata sulla cifra di ciascun episodio-genere, di ciascun "accadimento familiare". Si parla, vive, agisce per generi: ogni pratica umana attiva un linguaggio in stato di genere. Per comunicare davvero non si patteggia, non si "fa pace" ma si fanno collidere tra loro diverse "generazioni".

Se la visione partecipata della diffusione italiana di *Dallas* ci consente questo tipo di lettura e la definizione di questa sua piena efficacia nel privatizzare la società e socializzare il privato, ecco allora che ne consegue la necessità di connettere la strategia espressiva che le ha dato successo planetario alle capacità espressive del contesto produttivo che la ha creata. Le soap opera – si pensi anche a quelle nate dagli apparati televisivi dell'America Latina – hanno fortuna internazionale a misura delle loro basi nazionali, delle componenti locali (storiche, territoriali, antropologiche, culturali, sociali, economiche, industriali, mediali) che le hanno messe in condizione di rag-

giungere non solo la qualità di strutture espressive in grado di soddisfare le forme di consumo spettacolare pertinenti al loro contesto di appartenenza ma anche la qualità di matrici da sviluppare per forme di consumo tipiche di altri contesti. Per le soap opera brasiliane sarà la matrice latina e nazional-popolare; per le serie nordamericane sarà la capacità imperialista di una cultura storicamente nata dall'integrazione di più culture europee.

Per quanto riguarda la serialità italiana si fa dunque importante una riflessione sull'immaginario nazionale. A suo tempo, quando cioè la RAI marcava la sua incapacità di produrre in modo seriale e quindi di produrre serie – dunque di assolvere pienamente al compito primario di socializzare lo spettatore italiano; privatizzare la sua sfera pubblica pubblicizzando la sua sfera privata – sarebbe stato essenziale compiere una ricerca sui bacini locali del suo immaginario collettivo. Ad esempio domandarsi quali relazioni interpersonali sarebbe stato possibile *significare*, mettere in TV, mettere in serie, guardando alle tradizioni del melodramma e del romanzo popolare, al rapporto tra la condizione delle istituzioni familiari in Italia e il clima rurale-cittadino (la città di Milano) di una letteratura di mercato come quella di uno Scerbanenco, gran facitore di generi, o di un cinema di consumo come gran parte della commedia cinematografica italiana o come la "docufiction" di un Carlo Lizzani o di un apparato seriale come la Casa Editrice Bonelli. Se serie televisive nella stessa linea evolutiva di *Dallas* hanno ancora successo (le televisioni private hanno operato come definitiva generalizzazione del genere – non è un gioco di parole, dato che la sua "inflazione" conserverà ancora per lungo tempo un punto d'equilibrio tra riconferma del genere in questione e disgregazione progressiva del medesimo), è perché questo supporto di immagini e informazioni continua a rendere socialmente e politicamente. Perché queste forme di privatizzazione sono espressivamente ricche e producono ricchezza materiale e simbolica. Allora la questione (se

non la soluzione) relativa all'esigenza di approntare dispositivi analoghi per produrre fiction seriale anche in Italia non è di poco conto (ad onta di quanti vedono proprio in questa gamma di prodotti il segno di un progressivo degrado espressivo). C'è chi è arrivato alla conclusione che i nostri apparati non ci concedono (per condizione materiale e non solo ideologica) di produrre telefilm, serie e miniserie. Ragione per cui è stato necessario inventare dispositivi atti a compensarne l'assenza.

Molto significativa è stata la produzione degli sceneggiati televisivi con cui la RAI tradusse in immagini audiovisive l'intero patrimonio narrativo della tradizione occidentale scritta. Nell'epoca delle funzioni nazionali ed educative del monopolio pubblico, si trattò di una forma di privatizzazione del sapere che prima era affidata solo al carattere istituzionale – extra-familiare – della scuola. Un'operazione perfettamente riuscita sul piano formale e civile, ma proprio perché, data la natura ancora socialmente ristretta e privilegiata del pubblico televisivo di allora, gli strumenti per realizzarla potevano essere costituiti dal punto di equilibrio tra cultura del libro e cultura del cinema.

Certo è che, dopo l'esperienza dello "sceneggiato televisivo", la zona del palinsesto nazionale da osservare più attentamente non è quella dei falliti tentativi di serialità all'americana ma quella in cui si "de-genera": cioè quella in cui il genere popolare forte, in quanto prodotto finito e autonomo, quasi sempre statunitense e planetario (o planetario in quanto modellato sul prodotto statunitense), pur non potendo essere realizzato in proprio, ma essendo costantemente presente nei palinsesti, viene localizzato dallo studio televisivo e scomposto in altro da sé (questo spiega ad esempio il successo e la lunga tenitura del talk show di Maurizio Costanzo, la post-televisione di Renzo Arbore, la fenomenologia del *Grande Fratello*). Vi è dunque stata una via italiana alla privatizzazione che è passata non attraverso la fiction ma attraverso varie forme di intrattenimento, sempre meno modellate sulle scadenze fe-

stive della vita pubblica e sempre più modellate invece sui ritmi quotidiani.

Tuttavia il successo della mini-serie *La piovra* e della serie italiana *Un posto al sole* – e di prodotti affini, da tale successo resi possibili – suggerisce un'ulteriore considerazione: il grado di riconoscimento (e gradimento qualitativo e quantitativo) con cui il pubblico risponde alla familiarizzazione dell'immaginario, alla privatizzazione dei giochi di ruolo e dei conflitti sociali, non ha a che vedere con valori estetici o tecno-produttivi quanto piuttosto con la congruità tra gli elementi propri della sfera pubblica e quelli propri appunto della sua privatizzazione. Gli spettatori più fedeli e appassionati di *Un posto al sole* dichiarano infatti di percepire le storie e i personaggi della serie come forme assai più veritiere di quelle offerte da una serie quale *Beautiful*. Perché? Da un punto di vista formale la differenza tra il prodotto italiano e quello americano è la stessa che passa tra un canovaccio popolare di matrice ottocentesca e un'opera di Racine, tanto elementare è l'apparato espressivo del primo – così denso di voluto, programmatico realismo, di intenzioni dialettali e localistiche – quanto sofisticato, astratto, liberato da ogni scoria di verità (che non sia pura e assoluta finzione dei corpi e dei sentimenti) è l'apparato espressivo del secondo. Cosa vuole dire, allora, il successo di *Un posto al sole*? Semplicemente che la matrice della serialità italiana e quindi anche la qualità delle forme di privatizzazione del nostro sistema nazionale non possono fare altro che prendere atto di processi di socializzazione incompiuti. La materia culturale che contraddistingue la comunicazione sociale pre-dispone la materia culturale della comunicazione mediale. E naturalmente vale anche il contrario: in Italia la fiction non è in grado di arricchire la società come fiction – vero e proprio gioco, metafora, forme di narrazioni e conflitti di natura simbolica – ma solo come soluzione di compromesso tra i difetti della realtà e i difetti della sua trasfigurazione.

Per compensare il vuoto lasciato aperto da questa sostanziale povertà del ciclo moderno e tardo-moderno delle strategie di privatizzazione messe in opera dai suoi media spettacolari (cinema) e generalisti (televisione), l'industria culturale italiana non può che defluire nell'ultimo e più recente passaggio tecnologico: quello che dalla privatizzazione si spinge sino alla personalizzazione, concentrando su corpi umani sempre più artificializzati (il cyborg ne è la realizzazione piena e la metafora) tutto ciò che prima si limitava a espandersi nella scena privata. In termini di qualità di processo e di prodotto è ben difficile che l'organizzazione degli apparati di produzione seriale italiana possa raggiungere elevati standard e d'altro canto, come si è detto, questi stessi standard stanno trascolorando, si stanno de-regolamentando, dis-organizzando, anche nella dimensione "imperialista" garantita dalla tenitura formale degli apparati di produzione egemoni sui mercati di tutto il mondo.

L'incertezza delle pratiche produttive è direttamente proporzionale alla crescita di forme di consumo ad alto potere espressivo ma con scarsa appartenenza sociale. O meglio: con il desiderio di definire personalmente spazi e simboli della propria socialità. Ora è il consumatore stesso che si fa snodo e motore di strategie glocali – locali e globali al tempo stesso – volte a evadere dagli spazi capienti e ospitali ma concentrazionari dei linguaggi generalisti. Operando nei modi rizomatici (secondo reti espansive, oscillazioni orizzontali, spazi gassosi, virali) che il personal computer ha reso pienamente possibili, il singolo avvia una vera e propria socializzazione, pubblicizzazione di sé; arricchito dall'esperienza collettiva che ha potuto vivere nel proprio domicilio privato, nel "mondo di se stesso", lo scopre nella sua etimologia di "de-privazione", lo sente come ricchezza mortificata e limitata; allora si espande al proprio "intorno" ed esterna meccanismi di contatto e relazione che in sostanza tendono a corrodere ogni precedente marca di distinzione giuridica e territoriale tra sfera pubblica e sfera privata.

Pubblicità
Daniele Pittèri

La pubblicità è una parte integrante del più ampio processo di comunicazione aziendale. Essa è deputata a “dare voce”, attraverso i mass media, ai prodotti dell’industria, a comunicare al pubblico dei potenziali acquirenti l’esistenza sul mercato di un determinato bene – merce o servizio – le sue caratteristiche funzionali e valoriali, i suoi *plus* rispetto ai beni concorrenti.

Dal punto di vista dei processi comunicativi, la pubblicità agisce secondo lo schema classico emittente-messaggio-ricevente. Nella strutturazione dei messaggi fa ampio ricorso alle tradizionali figure retoriche e dal punto di vista tecnico e formale attinge, a seconda dei media utilizzati, alle principali modalità espressive dell’arte figurativa, del cinema, della poesia e, ultimamente, della televisione.

In questo quadro, la pubblicità si distingue come una forma particolare di comunicazione che agisce su due piani differenti – il piano comunicativo del messaggio e il piano della situazione d’acquisto – entrambi finalizzati al raggiungimento di obiettivi aziendali concreti. Sul piano del messaggio gli obiettivi sono: attirare l’attenzione; far comprendere le informazioni; suscitare adesione al contenuto; stimolare una risposta emozionale. Sul piano della situazione d’acquisto, gli obiettivi sono: creare notorietà al prodotto; generare un atteggiamento favorevole verso di esso; stimolare una propensione all’acquisto. Questa duplicità mette in luce alcune caratteristiche uniche della pubblicità, dalle quali si evince che essa non assolve esclusivamente a una semplice funzione informativa, ma tende piuttosto a dar luogo a processi di tipo evocativo e suggestivo e a dinamiche di suscitazione del desiderio finalizzate a fissare nell’immaginario collettivo i messaggi di volta in volta elaborati. Se a questo si aggiunge che il peso

quantitativo della pubblicità è progressivamente cresciuto fino a rappresentare circa il 50% dell'intero contenuto dei mass media, appare evidente che essa rappresenta un complesso e articolato fenomeno di natura socioculturale.

La pubblicità, infatti, si palesa come un processo teso a stimolare il formarsi di un ambiente culturale e di una disposizione psicologica favorevoli al prodotto – capaci eventualmente di trasformarsi in disposizione all'acquisto – piuttosto che come uno strumento finalizzato a determinare meccanicisticamente le azioni e le scelte degli individui. I consumatori, infatti, cercano nei prodotti soprattutto il soddisfacimento di una ricca gamma di significati sociali (potere, bellezza, successo, salute, considerazione, eticità, ecc.) e non esclusivamente la risposta a bisogni di tipo funzionale. Per assecondare tali richieste, la pubblicità abbina ai prodotti immagini e significati immateriali che attinge dall'immaginario collettivo, quindi da un contesto culturale noto e condiviso da un intero ambito sociale. In tal modo dota il prodotto di un'identità sufficientemente forte, il cui senso è conosciuto e perfettamente decodificabile dal consumatore.

Questi legami fra prodotti e significati sono costruiti artificialmente e in maniera del tutto arbitraria, ma sono percepiti in modo del tutto naturale. Cosicché, ad esempio, è sufficiente che una pubblicità affianchi a un divano di produzione italiana il *David* di Michelangelo o la *Gioconda* di Leonardo perché i significati e i valori di questi ultimi vengano assimilati dal prodotto e percepiti dal consumatore come peculiarità dello stesso. In tal senso, allora, la pubblicità attua un doppio processo di trasferimento di significato – dalla pubblicità al prodotto, dal prodotto al consumatore – prima dotando il prodotto di qualità desiderabili e di valori condivisi dal consumatore e poi soddisfacendo quest'ultimo con l'acquisizione e l'interiorizzazione delle medesime qualità e degli stessi valori attraverso il possesso del bene. È evidente il ruolo centrale assunto dal consumatore nell'ambito dei processi generati

dalla pubblicità. Esso, infatti, non si limita a recepire passivamente i significati comunicati. Svolge, piuttosto, un ruolo di interprete, di interlocutore partecipe in grado di favorire od ostacolare il diffondersi e l'attecchimento dei messaggi pubblicitari. Ne consegue che la pubblicità sotto il profilo strettamente industriale, legato alla vendita e al successo dei prodotti, è meno incisiva di quanto generalmente si tende a considerare – tanto è vero che è sempre più supportata da congiunte azioni di marketing – mentre sotto il profilo socioculturale rappresenta un modello forte, capace di influenzare in maniera determinante i comportamenti sociali e di promuovere ed estendere la cultura del consumo.

Il livello di conoscenze sul funzionamento della pubblicità, sugli effetti che esercita nel breve e nel lungo periodo, sulla sua efficacia è segnato e caratterizzato da ampie aree di incertezza, nonostante la vasta letteratura prodotta e alcune significative elaborazioni teoriche. Uno dei primi modelli esplicativi dell'azione pubblicitaria – limitato tuttavia ai mezzi a stampa – è attribuibile all'americano Starch, che agli inizi del XX secolo elabora la teoria secondo la quale per avere successo una pubblicità deve: essere vista, essere letta, essere ricordata, indurre all'azione. Simile, ma concettualmente diverso, è il modello AIDA (Attenzione-Interesse-Desiderio-Azione), di cui si è perduta la paternità e secondo il quale il messaggio pubblicitario deve prima attirare l'attenzione del potenziale consumatore, successivamente stimolare l'interesse, suscitare desiderio e, infine, motivare all'azione, all'acquisto.

Tale modello, con la sua sostanziale concezione meccanicista, ha largamente influenzato le ipotesi strategiche elaborate successivamente, come la USP (*Unique Selling Proposition*) o come la *Copy Strategy*. Secondo la prima, formulata da Rosser Reeves negli anni Quaranta, il contenuto di un annuncio deve puntare sulla qualità esclusiva che rende unico il prodotto e che diventa la ragione logica fornita al consumatore per credere di ottenere un benefi-

cio specifico attraverso l'acquisto. Più elaborato il modello operativo della *Copy Strategy*, la quale definisce le scelte strategiche di un'azione pubblicitaria articolandole in cinque punti: *consumer's benefit* è il vantaggio che il prodotto promette al consumatore; *reason why* è l'argomento razionale che la pubblicità fornisce per rendere credibile i vantaggi promessi dal prodotto; *supporting evidence* è il supporto retorico che avalla la credibilità della promessa strategica; *tone of voice* è la modalità espressiva di presentazione dei vantaggi e dei relativi argomenti; *target* è la definizione precisa della categoria di pubblico cui rivolgersi, individuato su base sociodemografica e tale da determinare il *tone of voice* del messaggio pubblicitario.

Protagonista indiscussa della strategia pubblicitaria per vari decenni, la *Copy Strategy* viene messa in discussione verso la fine degli anni Settanta da Jacques Séguéla, che elabora la *Star Strategy*, un modello mutuato dallo star system hollywoodiano e che muove dal principio che la standardizzazione delle produzioni delega alla pubblicità il compito di creare quelle differenze e quelle unicità che le aziende non sono più in grado di conferire al prodotto. Séguéla suggerisce di considerare il prodotto come una persona avente un fisico (ciò che il prodotto è), un carattere armonico al fisico e in grado di distinguerlo, uno stile che lo renda desiderabile agli occhi del consumatore. Mentre il carattere deve restare immutato nel tempo, al fine di garantire riconoscibilità al prodotto, il fisico e lo stile possono mutare per far sì che il prodotto si adegui costantemente ai tempi e alle innovazioni dell'ambiente.

Centrato sui processi di convincimento piuttosto che sulle specificità del messaggio e, quindi, attento alle ragioni motivazionali e interpretative operate sul e dal consumatore, è il *Learn-Feel-Do Model* messo a punto da Lavidge e Steiner negli anni Sessanta e ancora oggi considerato attuale e attendibile. Secondo questi autori, la pubblicità deve essere considerata come una forza capace di spingere all'azione attraverso una successione di fasi (conoscere,

sentire, fare) direttamente correlate al classico modello psicologico, che prevede una componente cognitiva (gli stati mentali e intellettivi), una componente affettiva (gli stati emotivi), una componente conativa o motivazionale.

Per quanto generalmente si rintraccino forme proto-pubblicitarie già in epoca fenicia, la nascita e lo sviluppo della pubblicità moderna sono naturalmente collegati all'evoluzione industriale e all'evoluzione dei media contemporanei. Le prime inserzioni a pagamento di privati apparvero sulle gazzette pubblicate in Europa fra la fine del Settecento e i primi dell'Ottocento. Tali inserzioni servivano a garantire un afflusso di denari nelle casse dei giornali, tali da renderli indipendenti dal potere politico, ed erano mal considerate dai giornalisti e quindi relegate in un unico spazio – la quarta pagina – che poco dopo iniziò a essere acquistata interamente dalle prime società concessionarie di pubblicità, le quali a loro volta la rivendevano a pezzi a vari inserzionisti. Col giornale industriale, la pubblicità esplode nelle pagine interne, ne determina in qualche modo la grafica, si lega e si mescola sempre più al contenuto giornalistico. È una trasformazione non casuale, perché significa inserire la pubblicità nel flusso informativo, perché costringe il lettore a prenderla in considerazione, potendo usufruire, fra l'altro, di quelle innovazioni tecnologiche che consentono il trattamento dell'immagine fotografica e quindi una costruzione suggestiva anche delle inserzioni. Già nel 1880 il 44% degli introiti dei grandi giornali americani è costituito dalla pubblicità, una quota che nel 1900 raggiunge il 55%.

Attorno alla metà del XIX secolo, in coincidenza con lo sviluppo delle metropoli contemporanee e parallelamente all'evoluzione delle tecniche di stampa, la pubblicità rintraccia nel manifesto un nuovo e potente mezzo. L'uso del colore e una superficie più ampia, permettono agli illustratori dell'epoca di realizzare *affiche* di grande suggestione. Il nuovo mezzo conquista anche gli artisti più affermati. Nel 1866 Jules Cheret disegna i primi soggetti

per Rimmel, inaugurando una consuetudine che proseguirà fino alla metà del XX secolo e che vedrà impegnati in pubblicità artisti come Toulouse-Lautrec, Daumier, Manet, Picasso e intere avanguardie come il futurismo italiano e il cubo-futurismo russo.

Contemporaneamente, a partire dal 1860, le società concessionarie di spazi pubblicitari iniziano a offrire ai propri clienti anche la creazione del testo, l'impaginazione dell'annuncio, le illustrazioni. Si tratta di un primo nucleo creativo, dal quale poi si sviluppano le agenzie di pubblicità vere e proprie – la prima è la N. W. Ayer&Son fondata a Philadelphia nel 1868 – strutture autonome che poco alla volta implementano la propria offerta, estendendola dal campo meramente creativo a quello del marketing, divenendo aziende multiservizio. La crescita dei beni industriali prodotti, la progressiva differenziazione delle merci, il costante aumento dello spazio destinato alla pubblicità, la continua articolazione dei media tradizionali e, infine, la nascita dei media elettrici (cinema, ma soprattutto radio e televisione) richiedono una costante attenzione al pubblico e al modo di raggiungerlo in maniera efficace, razionalizzando la spesa e indirizzandola correttamente senza disperderla. Già all'inizio del XX secolo le agenzie americane possiedono una struttura ben precisa, ma è a partire dagli anni Quaranta che assumono il modello operativo attuale, esportandolo progressivamente anche in Europa attraverso l'apertura di filiali dislocate nelle varie nazioni. Nel secondo dopoguerra, l'importanza crescente della televisione fa sì che la parte maggiore degli investimenti pubblicitari si diriga verso di essa, determinando di conseguenza una supremazia dello spot rispetto alle altre forme espressive della pubblicità. I primi anni del XXI secolo fanno segnalare una crisi diffusa della pubblicità sia sotto il versante economico – calo sensibile degli investimenti – che sotto il versante creativo. Molteplici sono i motivi che determinano tale sofferenza: alla periodica fase recessiva si aggiungono le incertezze socio-culturali deter-

minate dagli avvenimenti dell'11 settembre 2001 e le incertezze economico-politiche determinate dal clima di guerra che ne consegue. D'altra parte, la rivoluzione apportata alle modalità di comunicazione dai new media e dall'avvento di Internet, a partire dall'ultimo decennio del XX secolo, ha determinato una perdita di efficacia del tradizionale modello comunicativo unidirezionale tipico dell'epoca dei mass media e una conseguente necessità di ridefinizione, non ancora risolta, delle modalità espressive della pubblicità.

Pulp
Lorenzo Esposito

Pulp è una questione di tempo. La parola stessa rimanda a un apparato sensibile che chiama in causa lo stare in scena dei corpi, il loro riprodursi nella durata. Prima ancora di costituirsi in quanto ipotesi letteraria e in seguito visuale, il termine pulp testimonia e sancisce le forme di assestamento e di continua mutazione dell'essere sociale. In esso scorrono le convulsioni dell'umano preso in una vertigine e in un ritmo del tutto nuovi. Non a caso il suo primo uso sociale – legato ai cosiddetti *pulp-magazine* dei primi decenni del Novecento – riproduce i margini incerti tratteggiati dal suo significato, qualcosa come una matassa vischiosa e umida, il ventre molle di una materia informe. Qualcosa dunque che coincide non solo con il primo frenetico realizzarsi tecnologico delle società di massa, ma soprattutto con la percezione alterata che di esso hanno i corpi che lo vivono. La lettura occasionale e famelica, consumata e rubata in brevi e densi tragitti temporali, diviene zona mediale di transito fra la letteratura popolare dell'Ottocento e il sistema industriale dei generi della prima metà del Novecento. In essa convivono da un lato il primo smarrirsi dello sguardo e del senso nella nascente produzione serializzata, dall'altro il segno spazio-temporale di questi testi economici usa e getta, stampati su carta porosa, che volano via alla velocità del trasporto urbano. Da questo punto di vista la *comunicazione pulp* è una sorta di laboratorio ininterrotto sull'inafferrabilità del tempo del racconto nel quale agiscono, in un unico grande magma, perdite d'identità e prime specializzazioni per genere, banalità e invenzioni geniali, brani futili e semplici spezzoni, discontinuità e ripetizione, false piste e giochi a effetto, sorpresa e differimento, origine e residuo, nascita della modernità e sua immediata negazione. Come una

sorta di *maelstrom* del primo secolo audiovisivo, in essa ribollono mestieri e tecniche mediali, ibridazioni e nette differenziazioni delle forme del discorso. Uno dei primi scrittori *pulp*, Abraham Merritt, era anche un giornalista, uno che mescolava fantastico e fantascienza, che riprendeva, aggiornandole alle esigenze della prima industria culturale, le tradizioni ottocentesche del racconto esotico e del feuilleton. La letteratura popolare d'inizio Novecento rimane la più diffusa sperimentazione di tecniche, modelli e archetipi sui quali si fonderà tutto l'immaginario della cultura di massa del secolo scorso. È quanto ancora di recente ha compreso Quentin Tarantino in un film come *Pulp Fiction*. Qui, nella migliore tradizione pulp, non è l'originale che conta, ma la ristampa, la fruizione giocata su più livelli, dove i vissuti individuali vengono scompaginati alla velocità di un tempo sospeso, rallentato, sempre rimandato. Il pulp ri-scandito dall'immagine cinematografica torna alle proprie origini di linguaggio residuale e impuro, che fonda la modernità annunciandone contemporaneamente la crisi.

Qualità televisiva
Alberto Abruzzese

Tutti gli oggetti si sottopongono al nostro giudizio di consumatori delle loro forme, funzioni, pratiche, effetti. Tanto più ogni oggetto comunicativo che si offra alla nostra attenzione o di cui ci si serva. Nello specifico rapporto che intratteniamo con la TV, le *routine* (scuola, conversazione, lettura dei giornali, vita familiare) ci orientano nelle scelte di consumo sulla base di valori che costituiscono il nostro patrimonio, emotivo e cognitivo, di spettatori più o meno competenti. Valutiamo, a volte in forma implicita, latente, a volte in forma esplicita, consapevole, più o meno qualsiasi elemento costitutivo degli apparati televisivi (immagine di rete, copertura e resa della trasmissione e della ricezione, palinsesti e programmi, narrazioni e informazioni, scenografie, conduttori, recitazione).

L'attribuzione di una specifica qualità – secondo una scala di valori compresa tra l'alto e il basso o tra il buono e il cattivo – è il modo corrente con cui nel linguaggio comune si definisce, sulla base di criteri di giudizio occasionali e soggettivi, il livello qualitativo, la resa, il gradimento raggiunto da un singolo prodotto, genere, formato o tipologia di programma dell'apparato televisivo (*Canzonissima* è bella/brutta/mediocre; i Tg italiani sono fatti bene/male; il varietà è spazzatura), da una singola rete (RAI 1 peggiora/migliora), o dall'intero sistema di reti operante in un determinato territorio, dunque riferendosi a contesti locali (le TV del Lazio sono povere/ricche), nazionali (la TV francese è molto/poco/mediamente allegra), internazionali (la TV europea è più colta della TV americana), planetari (la TV ha sconvolto il mondo).

Naturalmente nell'esprimere la propria valutazione in base all'occasione o allo scopo che ci ha spinto a formularla ciascuno di noi seleziona alcuni caratteri del prodot-

to rispetto ad altri. Solo un grado di maggiore oggettività nel giudizio ci spinge a connettere tutti i caratteri che a nostro avviso possono costituire la qualità del programma nel suo insieme: forme, ritmo, durata, cornici, mezzi impiegati, contenuto emotivo, impatto sociale, e così via.

Nel linguaggio scientifico e professionale dei media, qualità televisiva è appunto la formula con cui si intende definire in termini di qualità complessiva, secondo una scala gerarchica più o meno condivisa, settoriale, corporativa, l'oggetto di comunicazione: un sistema territoriale (qualità televisiva delle reti europee), un particolare sistema (per esempio il *broadcasting*) o sottosistema (come il *prime time*) o un genere (i *programmi contenitore*). Ma l'accezione più "forte" di qualità televisiva, diventata sempre più frequente tra gli specialisti, deriva dall'analogia che essa ha assunto con l'idea di *qualità totale*, allocuzione con cui in campo industriale si definisce il controllo complessivo dell'organizzazione produttiva, distributiva e commerciale sul prodotto. Valutare l'intero ciclo della comunicazione televisiva (o ciascuno dei suoi segmenti) in termini di qualità televisiva e non semplicemente con attributi qualitativi generici significa dunque valutare il grado di "controllo totale" che vi si esprime.

I contesti di sviluppo delle televisioni nazionali sono molteplici: ciascuno, attingendo a valori e condizioni distintive, ha configurato diversi sistemi valoriali in base ai quali stabilire, per i propri prodotti televisivi, le attribuzioni di "qualità" generiche (quelle dell'opinione pubblica), competenti (quelle dei colti, dei professionisti dei media, degli spettatori scelti) fino a quelle più specifiche di *qualità televisiva* (il sistema industriale di gestione e controllo, il sistema politico e amministrativo, la ricerca e formazione). Questa terza definizione di qualità televisiva, a differenza delle prime due, di carattere emotivo e ideologico o strategico-conflittuale, dovrebbe privilegiare le caratteristiche tecnologiche, economiche e gestionali dei sistemi televisivi. Ma è ad esempio evidente l'influenza, sulle scale di valutazione, del-

l'originaria matrice pubblica o privata o mista di un sistema televisivo nazionale. I meccanismi locali con cui si sono costruiti e vengono applicati i parametri di identificazione della *qualità televisiva* hanno reso fortemente diverse, tra una nazione e l'altra, le sue determinazioni gerarchiche e normative. Una rilevanza geopolitica che a eccezione di qualche contraccolpo fondamentalista andrà comunque sempre più smussandosi in relazione ai processi di globalizzazione e alla trasversalità proprietaria, oltre che culturale, dei network.

Tuttavia ci si può qui limitare ad approfondire il contesto della qualità televisiva in Italia, contando sul fatto che, seppure nella sua specifica logica di sviluppo, essa può comunque fornire elementi di giudizio su quali siano le diverse configurazioni valoriali determinate da scelte per il sistema pubblico o privato o per una loro convivenza.

Per ovvie e meno ovvie ragioni storiche e politiche, il pregiudizio pubblico sulla qualità televisiva dell'attuale sistema misto italiano è molto forte. Il peso che in Italia hanno avuto poteri e valori esterni all'organizzazione della produzione e del mercato si spiega – anche in termini più generali, validi per contesti in cui sono state le reti private a nascere per prime – per il semplice motivo che l'industria in questione produce e fa consumare comunicazione, dunque non può non essere sotto l'occhio vigile, quando non ingordo, del sistema sociale, delle sue strategie culturali e dei suoi apparati di controllo. Ma non solo. Si spiega per il legame che inevitabilmente ogni industria intrattiene con lo spazio storico in cui si insedia e dunque con la sua mentalità. La particolarità del caso italiano è quella di avere fatto pesare la sua tradizione umanistica, premoderna e artistica, piuttosto che quella moderna e metropolitana. A questo si deve la confusione che, nelle varie fasi di scontro tra diverse politiche culturali della TV, si è fatta tra la *qualità di prodotto* e la qualità, potremmo dire, *di progetto* (la visione di insieme, totale, che, sola, è in grado di concepire i valori che devono governare le strategie della produzione e del consumo).

La *qualità di prodotto* è tale da fare prevalere i criteri di valutazione estetica o ideologica, morale su tutto il resto. Una scelta assolutamente organica all'educazione di base italiana, ai professionisti e operatori della TV, così come alle istituzioni politiche che ne controllano i contenuti, e ai critici e giornalisti che ne influenzano la risonanza civile. La *qualità televisiva* incarna invece i suoi modi d'essere in una precisa conformazione dei modi di produzione e consumo culturale: un insieme di fattori che i modelli di gestione e organizzazione degli apparati televisivi, per garantire il mercato dei bisogni sociali, debbono inscrivere nella totalità delle pratiche espressive di cui hanno il controllo (e in cui i *messaggi* o le *opere* in senso tradizionale sono solo una delle tantissime componenti). Questo è il modello strutturale della *qualità televisiva*: o se ne condividono le regole e i valori o sfugge alla comprensione.

Il freno che più ha funzionato nell'inibire lo sviluppo di una sensibilità istituzionale, politica e professionale verso la qualità televisiva, è consistito nel riportare sempre ogni definizione di qualità a una prefissata e inamovibile gerarchia di valori. Lo dimostra l'ingiuria di *televisione spazzatura* lanciata contro le qualità di un mutamento dei soggetti del consumo che avrebbero meritato ben altre chiavi interpretative. Con un paradosso: proprio la prima fase di TV pubblica ha mostrato una qualità televisiva molto arretrata in termini di sistema produttivo, ma perfettamente coerente con il progetto politico – verticistico e centralizzato – che la animava e per cui, dunque, la massima enfasi sulla politica di prodotto era funzionale. Mentre invece il sostanziale salto in avanti della qualità televisiva – ottenuto con la crisi del regime di monopolio della RAI e con la rapida e smisurata crescita dell'antagonista Fininvest-Mediaset, in grado di modernizzare come mai prima i mercati dell'audiovisivo – ha prodotto un sistema televisivo nazionale al tempo stesso forte e debole, una qualità televisiva divisa tra eccessi e vuoti. Questo sistema espressivo è tanto squilibrato per l'incoerenza della

società civile che lo produce: il quadro di valori centrifughi di una cittadinanza senza più radici storiche ma con troppi legami istituzionali, ormai sconvolta dalla sempre più debole efficacia delle politiche tradizionali e al tempo stesso spinta al mutamento dai consumi diffusi.

Sulla decisa sopravvalutazione della qualità di prodotto e all'opposto sulla sottovalutazione della qualità di progetto, di sistema – del modello organizzativo che in quanto tale la qualità televisiva rappresenta – si sono tendenzialmente incontrate sia le forze più convinte della produttività sociale della TV quanto quelle meno orientate a riconoscerla come positiva. La riforma o le ristrutturazioni del monopolio pubblico e i conflitti tra reti pubbliche e private hanno tanto insistito sulla rilevanza della qualità di prodotto – sulla qualità e quantità dei *messaggi* trasmessi – da perdere quasi interamente di vista l'urgenza di acquisire i prerequisiti culturali effettivamente necessari a determinare la qualità sociale e di mercato della comunicazione audiovisiva.

Con tutto ciò, proprio la natura oggettiva della qualità televisiva – cioè gli ingredienti antropologici e socioeconomici con cui funziona in modo tendenzialmente indipendente dal valore dei contenuti trasmessi e dai controlli ideologici in cui si inserisce – ha fatto sì che le cose maturassero da sole, grazie a meccanismi inerziali o a qualche colpo di genio professionale. Oggi questa terminologia è diventata almeno generico patrimonio delle culture manageriali e politiche italiane. Con un altro paradosso: proprio sulla soglia di questa maturazione, la qualità televisiva dei prodotti nazionali, appunto per il fatto di essere stata tanto dipendente da una tradizione della comunicazione non-televisiva, sta subendo – crollata finalmente quella tradizione – un'incrinatura sempre più grave e profonda, mentre invece l'acquisita consapevolezza della necessità di politiche di sistema e di controllo dei processi produttivi non riesce ancora a compensare la caduta delle qualità tradizionali con nuovi prodotti di consumo.

Radio
Davide Borrelli

Al principio la radio viene concepita come un telegrafo senza fili nato per ovviare alle limitazioni e ai problemi connessi all'uso dei cavi elettrici. Sfruttando il principio della propagazione delle onde hertziane nell'etere, lo scienziato Guglielmo Marconi (1874-1937) compie il primo passo verso la radio inventando la radiotelegrafia, che consente la trasmissione di messaggi telegrafici a postazioni irraggiungibili dai cavi, come ad esempio le imbarcazioni in mare.

Quando nel 1906 il ricercatore Reginald Fessenden riesce a trasmettere via radio la voce umana, appare chiaro che la radio si è ormai di fatto emancipata dal telegrafo per diventare un medium dotato di una propria specificità linguistica e tecnologica. L'avvento della radiofonia imprime una decisiva accelerazione al processo di semplificazione e dematerializzazione delle tecnologie comunicative che parte dalla roccia incisa e arriva al virtuale digitale.

Nell'ambito delle ricerche finalizzate a ottimizzare la ricezione delle onde elettromagnetiche lo scienziato americano Lee De Forest mette a punto nello stesso anno il triodo, ponendo le basi per la tecnologia elettronica. Se il telegrafo aveva reso possibile la trasmissione di informazioni senza che fossero trasportate materialmente su un supporto fisico, le onde hertziane della radio consentono di fare a meno di tutta la strumentazione logistica necessaria a un impianto telegrafico. La voce viaggia nell'etere sorvolando – è il caso di dire – gli accidenti della materia e le barriere fisiche dei materiali. E inoltre si rivolge direttamente ai destinatari, senza la mediazione del personale addetto alla codifica e alla decodifica del codice Morse.

La radio fin dalle origini assume le qualità potenziali di medium personale, che non solo si presta a un ascolto

individuale ma che è addirittura possibile costruirsi da sé con pochi mezzi. Non è un caso che all'inizio degli anni Venti la AT&T, la più grande azienda telefonica degli Stati Uniti, progetti lo sfruttamento commerciale della radio come mezzo di comunicazione interpersonale alternativo al telefono.

È pensando a questa prima fase "aperta" che si sviluppano le teorie sulla radio come emancipazione radicale dalle regole espressive della società dello spettacolo. Ragionando sulle funzioni e sulle possibilità della radio, il drammaturgo Bertolt Brecht (1898-1956) ne auspica la trasformazione da mezzo di distribuzione a mezzo di comunicazione:

> La radio potrebbe essere per la vita pubblica il più grandioso mezzo di comunicazione che si possa immaginare, uno straordinario sistema di canali, cioè potrebbe esserlo se fosse in grado non solo di trasmettere ma anche di ricevere, non solo di far sentire qualcosa all'ascoltatore ma anche di farlo parlare, non di isolarlo ma di metterlo in relazione con gli altri. La radio dovrebbe di conseguenza abbandonare il suo ruolo di fornitrice e far sì che l'ascoltatore diventasse fornitore (Grandi, a cura, 1995).

Ma questo progetto fallisce e si afferma un diverso uso sociale del mezzo radiofonico. Dopo essere stato considerato a lungo come un perfezionamento del telegrafo prima e del telefono poi, il terzo passaggio verso la forma di radio che ancora oggi conosciamo è caratterizzato dall'invenzione della radio come mezzo di comunicazione di massa. La radio è il primo mezzo di comunicazione organizzato in forma di broadcasting. Letteralmente la parola designa la semina a spaglio e per estensione indica la radiodiffusione. A differenza del telegrafo che trasmette da punto a punto, le trasmissioni radiofoniche hanno una diffusione circolare, vale a dire che le può captare chiunque disponga di un adeguato apparecchio ricevente. Questa particolare caratteristica della radiodiffusione, che al-

l'inizio l'ha resa alquanto sospetta ai telegrafisti per i rischi di violazione della segretezza dei messaggi, ne fa presto la protagonista di una nuova e promettente impresa commerciale nel mercato delle idee.

I primi grandi imprenditori radiofonici intuiscono la possibilità di trarre profitti vendendo alle aziende interessate spazi pubblicitari all'interno dei programmi trasmessi via radio. Il pubblico ascolta gratuitamente i programmi radiofonici che le emittenti producono. Le emittenti, dal canto loro, si finanziano vendendo alle aziende produttrici di beni di consumo la possibilità di accedere via radio direttamente al proprio pubblico. La forma del broadcasting funziona negli Stati Uniti essenzialmente come fattore di propulsione dei consumi privati e di conseguenza come volano dello sviluppo del sistema economico nel suo complesso.

In Europa, dove la radio viene per lo più organizzata in forma di monopolio pubblico, essa assolve a funzioni di natura eminentemente politico-sociale. All'indomani della prima guerra mondiale i governi europei hanno scoperto l'importanza di tenere alto il morale del "fronte interno". La prima guerra mondiale è infatti il primo conflitto militare in cui diventa decisivo il sostegno attivo e compatto delle popolazioni, direttamente chiamate a fornire un contributo alla vicenda bellica in termini di uomini. Prima del 1914 le guerre erano un affare delle diplomazie e degli stati maggiori, una sorta di continuazione cruenta della politica con altri mezzi, per usare una celebre espressione del barone von Clausewitz.

La grande guerra ha mutato profondamente quest'immagine dei conflitti bellici. Gran parte delle famiglie dei paesi coinvolti ha donato per essa un certo tributo di sangue. Di qui l'importanza della socializzazione dell'interesse nazionale attraverso la propaganda radiofonica. Subito dopo il conflitto i regimi politici europei si trovano impreparati a gestire la cooptazione nella società civile di larghe masse che, partecipando alla guerra, avevano trovato mo-

do di legittimarsi quali soggetti di diritti sociali e politici. La radio diviene a suo modo lo spazio di una guerra civile tra dominatori e dominati. A seconda dei regimi che se ne servono essa serve alle forme di dominio seduttive della democrazia di massa o alle forme propagandistiche dei sistemi chiusi e autoritari.

> In confronto con la neutralità dell'occhio, l'orecchio è iperestetico. È intollerante, chiuso ed esclusivo, mentre l'occhio è aperto, neutrale e associativo. Il concetto di tolleranza fu introdotto in Occidente solo dopo due o tre secoli di cultura visiva e alfabetica gutenberghiana. Nella Germania del 1930 non esisteva ancora quella saturazione di valori visivi (McLuhan 1964).

Sono proprio queste caratteristiche mediologiche della radio che hanno suggerito a McLuhan l'ipotesi che essa abbia il potere di ritribalizzare l'umanità, ossia di capovolgere l'individualismo tipico delle culture alfabetiche in nuove/arcaiche forme di collettivismo, grazie a cui, come in una "subliminale stanza degli echi", ciascuno è messo in condizione di partecipare istantaneamente di tutti gli avvenimenti individuali o collettivi che si svolgono nel "villaggio globale". Sarebbe poi stato l'avvento della TV ad assolvere più efficacemente a questa funzione centralistica e globalizzante, facendo sì che la radio evolvesse verso forme private e individuali di personalizzazione dell'ascolto.

Rekombinant
Francesco D'Orazio

Laboratori Oscorp. Peter Parker viene morso da un ragno geneticamente modificato. A questo punto Sam Raimi deve spiegare la trasformazione di Peter Parker in *Spiderman* (2002). Gli bastano sei secondi. Lo schermo alle spalle di Peter Parker mostra l'immagine di una sequenza di DNA danneggiata. Alcuni frammenti fluttuanti provenienti da altre sequenze di DNA vanno a saldarsi all'elica danneggiata. Il processo si compie. Il DNA è nuovamente integro. Ma è un ibrido. Sullo schermo appare la scritta: "New Species". Nel 1962 Stan Lee se l'era cavata con un ragno radioattivo. Oggi *Spiderman* diventa un supereroe "ricombinante". Il mito si adatta allo spirito dei tempi. E non a uno *zeitgeist* qualsiasi, ma a quello di cui parla Leggy Starliz, protagonista dello *Spirito dei Tempi* del 2001 di Bruce Sterling. La fine del millennio ha portato con sé il collasso e l'implosione della "grande narrazione". "La narrazione è sempre più polivalente e decentrata. È diventata, come dire, rizomatica". Il collasso della metanarrazione, attraverso la rete, ci ha portato il sincretismo diffuso: un mondo "ricombinante". È il postmoderno alla Charles Jencks: diritto al "ripescaggio" e ibridazione dei codici. La parola "ricombinante" prende in carico proprio la qualità rizomatica dell'ibridazione tipica della cultura contemporanea. Ma è l'idea stessa di cultura a essere stata riformulata in termini ricombinanti. Secondo Renato Rosaldo i mutamenti sociali ed economici a livello globale impongono una riformulazione dell'idea di cultura come sistema di intersecazione di differenze e come spazio solcato da numerosi confini interni e linee conflittuali in continua tensione. Solo un anno prima James Clifford utilizzava una poesia degli anni Venti intitolata *I frutti puri d'America impazziscono* per introdurre il discorso sulla disgregazione delle autenti-

cità culturali locali a favore di un'inedita ibridazione frutto della tensione tra dimensione locale e globale. È la contemporaneità a essere "ricombinante". Il cinema ce lo ricorda di continuo con film come *Tetsuo*, *Fantasmi da Marte*, *Willow*, *Dal tramonto all'alba*. Il corpo transgender, l'ipertesto, il campionamento, "La lega degli straordinari gentiluomini", il Movimento Raeliano sono frutto di ricombinazioni. Il genere letterario "steampunk" vive quasi esclusivamente di ricombinazione. All'interno di una cornice storica precisamente delineata dal punto di vista socioculturale, viene innestata una variabile tecnologica impazzita. La conseguenza di questa ibridazione è la ristrutturazione dell'intero sistema. Mettiamo il caso che nell'Inghilterra vittoriana, la "macchina analitica" del matematico inglese Sir Charles Babbage non si fosse arenata allo stadio di prototipo e avesse trovato ampia diffusione provocando un terremoto tecnoculturale un secolo prima dell'avvento del computer. È successo nella *Macchina della realtà*, un romanzo di William Gibson e Bruce Sterling, del 1990, i due scrittori che hanno dato il contributo maggiore alla nascita del "cyberpunk". Ed è proprio nei romanzi del movimento degli "occhiali a specchio" che il termine "ricombinante" viene impiegato massivamente. Il tema centrale della letteratura cyberpunk è l'ibridazione di organico e tecnologico. Il sociologo statunitense Lewis Mumford sosteneva che la linea di fuga del progresso tecnologico è la biologizzazione della macchina: "si è raggiunto un punto tale nel progresso della tecnologia che il fattore organico ha cominciato a dominare la macchina (…) ci siamo volti a complicare la meccanica al fine di renderla più organica" (Mumford 1934). Sessant'anni dopo Kevin Kelly ha ripreso l'idea di Mumford e ha rilanciato:

> Il dominio del "nato" – tutto ciò che è natura – e il dominio del "prodotto" – tutto ciò che è prodotto dall'uomo – stanno diventando una cosa sola. Le macchine stanno diventando biologiche e ciò che è biologico sta diventando meccanizzato (Kelly 1994).

La narrativa e la saggistica cyberpunk hanno riservato grande attenzione alle ibridazioni tecnologiche della corporeità perché il corpo costituisce il diaframma più sottile tra il naturale e l'artificiale ed è dunque la frontiera più sensibile agli effetti dell'ibridazione del "nato" e del "prodotto". L'aggettivo "ricombinante" è stato usato moltissimo per descrivere il corpo ibrido trasfigurante del cyberpunk. Ma l'uso del termine è esploso quasi da subito espandendosi in una serie di ambiti diversi: si parla di architettura ricombinante, arte ricombinante, pensiero ricombinante, fotografia ricombinante. L'idea della "ricombinazione" è stata recuperata dalla genetica e dalla biologia molecolare. La tecnica del DNA ricombinante è un insieme di metodi attraverso i quali è possibile ottenere molecole di DNA composte da sequenze di diversa origine. La questione centrale a questo punto diventa la possibilità che elementi con origine differente entrino in contatto e avviino un processo di ibridazione.

> Ricombinare significa modificare il rapporto tra diversi elementi in maniera tale da produrre un effetto semiotico e funzionale diverso da quello che si determinava nella combinazione precedente (Berardi 2001).

Connessione e scambio. È la rete l'infrastruttura cognitiva ideale per questo tipo di processo. In questo senso Internet è un potente motore "ricombinante".

Rete

Francesco D'Orazio

Dalle reti urbane a Internet, dalla rete autostradale alle reti neurali, sembra che la nostra occupazione principale sia quella di muoverci in continuazione da un nodo all'altro di una rete e saltare con disinvoltura da una rete all'altra. Quando scegliamo di spostarci con la metropolitana o quando cerchiamo un'informazione on line non facciamo altro che concepire la realtà come una serie di nodi interconnessi e posizionarci in questa rete in relazione a quei nodi che già conosciamo. La nostra visione della realtà è strutturata per nodi. Sappiamo muoverci tanto più agilmente quanto più riusciamo a identificare velocemente il nodo della rete che fa al caso nostro. Colin Laney, un "net runner" o piuttosto un "rabdomante dei labirinti dell'informazione", in *Aidoru*, di William Gibson (1996), aveva un talento istintivo per questo genere di cose. Sapeva individuare in brevissimo tempo i "punti nodali" all'interno di un mare di dati, il che gli permetteva di "localizzare dati-chiave in distese apparentemente casuali di informazione". Ma questa è un'abilità solo da quando esistono le reti.

A cavallo tra Settecento e Ottocento, esplode in Europa una vera e propria passione per le reti. Dalle strade, alla ferrovia, dal telegrafo alle città, il criterio che guida la mano degli ingegneri è il concetto di rete tecnica. La rete, per come la intendiamo oggi, fa riferimento a un'infrastruttura di tipo informatico che consente l'interconnessione di molte reti diverse al fine di garantire lo scambio dell'informazione. Internet o una qualsiasi Lan (Local Area Network) hanno in comune con il concetto di rete tecnica l'ottimizzazione della circolazione e dello scambio dell'informazione, perché prima che il messaggio venisse separato dal messaggero, l'informazione era rappresentata

dal messaggero stesso. Ottimizzare la circolazione del messaggero significava quindi ottimizzare la circolazione dell'informazione. Ma il concetto di rete settecentesco non era esattamente uguale a quello che conosciamo oggi. Nelle prime reti telegrafiche (come quella progettata dai fratelli Chappe per il telegrafo ottico in Francia), così come nelle prime reti ferroviarie, si aveva a che fare più con una stella che con una rete. Vale a dire che la rete consisteva in una serie di linee che partivano da un centro unico. Raggi divergenti senza alcun collegamento l'uno con l'altro. Gli svantaggi di un modello del genere risultarono presto evidenti. Per spostarsi da un punto all'altro si poteva percorrere una sola linea per volta e bisognava necessariamente passare per il centro. In questo modo ogni raggio era isolato e non sfruttava l'esistenza di tutti gli altri. Solo successivamente i progettisti cominciarono a impiegare il concetto di rete a griglia: una serie di raggi divergenti collegati trasversalmente da linee di congiunzione. Una rete con molti nodi ma ancora basata su alcuni "centri". Per avvicinarci al concetto odierno di rete è necessario compiere un salto ulteriore.

Il concetto di rete a griglia è alla base del Go, un gioco inventato in Cina circa quattromila anni fa. Il nome del gioco significa circondare, assediare. Lo scopo è costruire confini posizionando le proprie pedine sulla griglia.

> Tu giochi per la rete. Disponi le pietre nei punti in cui le linee si incrociano. Puoi catturare le pietre se le circondi da ogni lato, ma mangiarle è solo un effetto collaterale (...). Tu vuoi il vuoto, tu vuoi gli spazi vuoti nella rete. – Io voglio il "potenziale" (Sterling 1999).

La dimensione del territorio conquistato nel Go viene misurata contando le intersezioni vuote presenti entro i suoi confini. Il valore del territorio è dato quindi dal numero di nodi della rete presenti in esso, il suo "potenziale". La caratteristica fondamentale della rete è la capacità di trasformare il vuoto in "potenziale". Nell'elaborazione

filosofica del concetto di rete come superamento di ogni ontologia sviluppata da Gilles Deleuze e Felix Guattari a metà degli anni Settanta, i due autori, prendendo il termine in prestito dalla botanica, parlavano di rizoma (la radice dell'iris). Con quel termine intendevano descrivere un modello semantico nuovo opposto a quello classico del pensiero filosofico occidentale basato su una struttura ad albero, cioè su una logica dell'"o-o", una logica dell'esclusione e della non contraddizione. Mentre il modello ad albero prevede una gerarchia, un centro e un ordine di significazione, il rizoma sostituisce la logica dell'"o-o" con la logica dell'"e-e":

> collega un punto qualsiasi con un altro punto qualsiasi, e ciascuno dei suoi tratti non rimanda necessariamente a tratti dello stesso genere (...). Rispetto ai sistemi centrici (anche policentrici), a comunicazione gerarchica e collegamenti prestabiliti, il rizoma è un sistema acentrico, non gerarchico e non significante (Deleuze, Guattari 1976).

L'idea di rizoma esprime la qualità fondamentale della rete: possibilità di movimento, interazione, scambio e ricombinazione. I due principali progetti del movimento open-source (*Apache* e *Linux*) contano esattamente su questo valore: l'elaborazione cooperativa e decentralizzata come strumento per ottenere software di qualità e affidabilità superiori rispetto ai prodotti che sono frutto di processi di progettazione non collaborativi. Il tema della cooperazione come meccanismo che favorisce l'emergenza di una capacità produttiva superiore alla semplice somma delle singole capacità cooperanti viene ripreso più volte da Marx, soprattutto nel *Capitale*. La produttività del lavoro aumenta molto se ci sono le condizioni tecnologiche e sociali che permettono la coordinazione delle capacità produttive isolate. Pierre Lévy riprende il tema della cooperazione ma lo fa scontrare con una dimensione tecnologica nuova, la rete. L'impatto produce quella che Lévy definisce "Intelligenza collettiva", una capacità di elabora-

zione del sapere che emerge dalla connessione, attraverso la rete, delle capacità di elaborazione isolate.

Oggi la rete è un'infrastruttura cognitiva ampiamente diffusa. Tanto che Manuel Castells le attribuisce un'importanza sociologica pari a quella dell'individualità nella strutturazione dei sistemi sociali postmoderni: "Le nostre società sono sempre più strutturate sull'opposizione bipolare della Rete e dell'Io" (Castells 1996). Nel primo volume della sua trilogia sull'età dell'informazione, Castells definisce la rete come il motore di cambiamento più importante alla base della ristrutturazione del modo di produzione dominante e dell'economia globale. Il sistema economico globale, seguendo un modello di sviluppo basato sulla logica della rete, non si è evoluto in un'unica direzione ma ha mostrato piuttosto una tendenza all'asimmetria, alla regionalizzazione, all'interdipendenza dei singoli sistemi e alla diversificazione crescente all'interno di ogni regione. L'evoluzione rizomatica produce un modello di cambiamento caratterizzato da un elevato tasso di complessità, imprevedibilità, flessibilità e integrazione dei sistemi. La differenza tra lo spostarsi lungo una linea con un principio e una fine, muoversi lungo i raggi di una stella o muoversi lungo gli assi incrociati di una rete a griglia sta nel costante incremento delle possibilità di scelta dei soggetti che si muovono. Man mano che l'architettura connettiva diventa più complessa, aumenta la possibilità di diversificazione degli itinerari percorribili. Finché gli itinerari non diventano "personali", cioè non si realizza il fattore massimo di diversificazione.

Nel settore dei media, la diffusione della logica della rete scompagina i piani del *broadcasting* facendo esplodere la tensione tra sistema generalista e sistema dei personal media. È lo scontro tra un territorio reticolare e un territorio lineare. Il paradigma generalista è costretto a ridefinire gli elementi su cui ha costruito il suo impero: i pubblici si frantumano, l'offerta di massa esplode, il ruolo mutato del destinatario obbliga i media di massa a de-

strutturare i propri testi mimando un destinatario attivo e implorando il pubblico di credere alla finzione. Sicuramente questa tensione ha spinto il sistema generalista verso un punto di crisi. Ma ciò non significa che la sua estinzione sia imminente. Significa piuttosto che stiamo andando verso "la sua dissoluzione in quanto sistema egemone" (Abruzzese, Dal Lago, a cura, 1999). La televisione generalista sarà sempre più aliena e spaesata di fronte al panorama della modernità destrutturata. La sua condizione sarà sempre più quella di Bron Helstrom a *Triton*. Il protagonista dell'omonimo romanzo di Samuel Delany, catapultato su una delle lune di Saturno, si trova di fronte una società in cui il concetto di differenziazione viene preso più che alla lettera: esistono circa cinquanta tipi di sesso, una trentina di sistemi legislativi diversi, una scelta vastissima di credo religiosi e partiti politici. Su Triton, ogni cittadino può non solo orientarsi liberamente tra queste opzioni ma può saltare da una all'altra. Bron Helstrom si accontenterebbe volentieri di un tradizionalissimo ruolo da maschio con al fianco una tradizionalissima donna. Sfortunatamente Helstrom è finito nel posto sbagliato: dovrà rivedere i suoi "programmi".

Rischio
Alberto Abruzzese, *Luigi Caramiello*

Rischio è un termine che ha a che vedere con sorte, destino. Un ostacolo terribile che – come quando uno scoglio emerge improvvisamente nel mare – può mettere fatalmente in pericolo la nostra navigazione, non farci raggiungere la nostra meta, essere causa della nostra morte. La tesi dominante – ampiamente ribadita dai media, data la sua forte commerciabilità sui mercati dell'informazione – vuole che gli individui dell'età contemporanea sperimentino condizioni di minaccia e pericolo quali non si sono mai vissute nelle epoche passate. Ognuno di noi, oggi, avrebbe di fronte a sé rischi di portata assai maggiore di quelli vissuti dall'uomo in altre fasi della storia. Certo, se solo pensiamo alla minaccia di carattere totale e definitivo costituita dall'esistenza delle bombe atomiche, questa tesi è convincente. Tuttavia può essere discusso proprio il carattere ultimativo che la dimensione del rischio ha assunto nel tempo presente. Secondo Edgar Morin, mentre siamo stati allevati nell'idea che il contrario di una verità sia una menzogna, dovremmo invece imparare ad abituarci all'esistenza di domini della conoscenza, ambiti del sapere, aspetti dell'esistenza, individuale e collettiva, in cui il contrario di una verità non necessariamente è costituito da una menzogna, ma potrebbe essere rappresentato da una verità più profonda. Quando si discute del rischio ci si trova esattamente nella complessità di uno di questi ambigui territori di confine.

Nonostante la dimensione complessiva – planetaria, *globale* – del rischio in rapporto all'entità di pericoli derivanti dall'uso bellico o civile di potenti dispositivi tecnologici (a partire dal nucleare, ma ora sempre più a causa della perversione generale delle relazioni tra sviluppo e degrado ambientale), bisogna prendere in considerazione

i diversi modi in cui il rischio viene localmente percepito. Per fare solo un esempio, il modo in cui un abitante del Burkina Faso, oppure un cittadino di Parigi o Roma percepisce la dimensione di pericolo del progresso tecnologico "globale" (Beck 1999). La globalizzazione è sicuramente un problema oggettivo, materiale, ma è anche e contemporaneamente una questione soggettiva, determinata da fattori fenomenologici. Il problema è qui costituito dal modo con il quale la gente avverte la dimensione del pericolo e quindi i vari presupposti sociali, immaginari, simbolici, che possono generare la "cultura del rischio" (Douglas, Wilfdawsky 1982; Lash 1999). Evidentemente, la chiave fenomenologica è solo una delle possibili attrezzature euristiche.

È estremamente importante sforzarsi di capire quali siano le trasformazioni che la dimensione del pericolo ha subito nell'epoca contemporanea. A tal fine è utile richiamare la distinzione che Luhmann (1993) ha proposto fra *pericolo* e rischio. I due termini evocano l'uno una dimensione *passiva*, l'altro una dimensione *attiva*. Il pericolo è quanto gli individui subiscono a causa di un qualsiasi evento minaccioso (accadimento naturale, incidente tecnico, oppure (non secondariamente) la conseguenza negativa di una decisione presa da altri), il rischio è invece quanto gli individui decidono, per un motivo o per l'altro, di correre. Al pericolo si è sottoposti, mentre al rischio ci si espone. Nell'un caso si è vittime, nell'altro protagonisti. Si tratta di una distinzione che ha una sua fondamentale importanza a vari livelli d'analisi e in svariati contesti della quotidianità, ma è lo stesso Luhmann a metterci in guardia rispetto all'esistenza di territori antropologici, dimensioni sistemiche, ambiti societari sempre più diffusamente presenti nel corpo sociale dove la distinzione fra pericolo e rischio non è così nettamente percepibile. Vi sono zone dell'agire contemporaneo dove possiamo essere soggetti del rischio ma anche, alternativamente o nello stesso tempo, oggetti del pericolo.

La letteratura e il cinema di genere fantascientifico hanno spesso narrato il dilemma – tragico ed epocale – del decisore politico giunto a scoprirsi nella sua originaria radice di stratega militare, che dall'alto del suo aereo o dalle profondità del suo bunker, preme il bottone di comando della guerra termonucleare globale. È stato un modo "tecnicamente" comprensibile di riproporre la classica dialettica moderna tra potere e massa, élite e popolo, dominanti e dominati, oppressori e oppressi, nella forma ultimativa di un senso di responsabilità civica interamente affidato alla scelta del sovrano. Si trattava dunque di una rappresentazione simbolica che consentiva di adoperare un armamentario teorico tradizionale per spiegare una dimensione che tradizionale non è affatto.

In queste narrazioni mediali l'idea della sopravvivenza delle élite, su una terra devastata da 60.000 esplosioni nucleari, era certamente un'impostura ideologica oltre che emotiva. Molti scienziati che si occuparono dell'argomento la trattarono alla stregua di una battuta di spirito (e in quanto tale era anche una forma di esorcismo). Il rifugio atomico, rispetto al non-luogo della guerra nucleare totale, era "una pura invenzione metafisica" (Abruzzese 1987). Uscendo dal contesto della guerra atomica ed entrando nella sfera ordinaria della vita moderna, caratterizzata da catene ininterrotte di pericoli e rischi altrettanto ordinari, dunque da una dimensione integralmente "nucleare", le economie, politiche, etiche ed estetiche del rifugio trovano una loro esatta funzione. Legano insieme – in una sorta di oggettiva e inevitabile per quanto mortale solidarietà – la presunzione decisionale del sovrano e il desiderio di sopravvivenza delle masse, la natura bellica della politica e lo spirito democratico dei consumi voluttuari (assai diversamente dalle tradizioni belliche del passato, in cui la distinzione, per esempio di classe, ha avuto un peso e un significato irriducibile, infatti compensato soltanto dal diritto divino). Nelle guerre la morte e la fame hanno riguardato sempre i deboli e i poveri. La conta-

minazione nucleare tende invece a essere *egualitaria* e in questo senso persino *democratica*: il presidente che ha premuto il pulsante da quell'aereo che volteggia nelle zone alte dell'atmosfera dovrà pur scendere, e i generali sepolti in un bunker a chilometri di profondità non potranno restare per sempre nelle viscere della terra.

Questa consapevolezza ci spinge a riflettere su una distinzione seria e importante che, in rapporto al rischio dell'epoca contemporanea (non necessariamente di carattere bellico), è stata proposta dallo studioso britannico David Collingridge. Essa distingue i rischi che appartengono a una logica di tipo *incrementale* da quelli che appartengono a una logica di tipo *non incrementale*. Per intenderci, se impiantiamo 3 centrali elettriche a gasolio, avremo un impatto ambientale che è all'incirca 3 volte superiore a quello che si avrebbe se ne impiantassimo una soltanto. Il problema cambia enormemente se la *decisione*, invece di mirare all'attivazione di un impianto di tipo tradizionale (carbone, gasolio, metano, ecc.), riguarda una centrale nucleare. In questo caso, la differenza di impatto non è di carattere *quantitativo*, ma *qualitativo*. Vale a dire che se la centrale "va bene" resta il non irrilevante problema di dove collocare scorie che conservano la loro capacità di contaminazione per alcuni millenni, ma se la centrale dovesse incorrere in un incidente (come per esempio è avvenuto in America nella centrale di Three Mile Island) o se dovesse esplodere (come è successo nell'ex URSS alla centrale di Chernobyl), allora il danno può risultare incalcolabile. Può provocare la contaminazione di milioni di chilometri quadrati di suolo e dell'atmosfera che avvolge l'intero pianeta, determinando mutazioni genetiche che si imprimono nel DNA nostro e di altri organismi e si trasmettono per generazioni.

Di fronte a possibilità di questo genere – che per fortuna l'umanità ha sino a oggi solo parzialmente sperimentato – come si valuta il *rischio*? E soprattutto chi decide, e a nome di chi? Secondo Collingridge l'ipotesi classica

avanzata da Lindblom (1965; 1968), secondo la quale di fronte al rischio il decisore dovrebbe attenersi ai principi di trasparenza e negoziazione della *razionalità sinottica* e giungere quindi alla scelta attraverso l'accordo fra le parti, non può reggere per diversi motivi. La razionalità sinottica richiederebbe infatti la possibilità che tutti fossero in grado di conoscere e di capire i termini del problema in discussione, ma le tecnologie di cui stiamo parlando tendono ineluttabilmente a trincerarsi, a essere discusse ed elaborate da gruppi molto limitati di esperti in possesso delle sofisticate competenze necessarie a indagare le questioni in merito. L'accordo fra le parti (ma il discorso può valere probabilmente anche per quelle forme di dialogo che Jürgen Habermas pone al centro dell'agire comunicativo) è difficilmente gestibile in un contesto nel quale il rischio può riguardare centinaia di milioni di individui e oltrepassare confini e frontiere. Quante migliaia di enti, consigli comunali, unità sanitarie locali, distretti scolastici, parchi naturali, comunità montane, dovrebbero essere messi intorno a un tavolo per gestire l'intesa, per trovare l'*accordo*? Più recentemente, la questione si pone anche nei termini seguenti:

> i mega pericoli nucleari, chimici, genetici ed ecologici, aboliscono i quattro pilastri del calcolo del rischio. Per cominciare, uno di questi riguarda il danno globale, spesso irreparabile, che non può essere più limitato; pertanto il concetto di indennizzo economico viene a cadere. In secondo luogo la gestione preventiva dei danni è preclusa ai peggiori incidenti immaginabili in caso di pericolo di morte; in condizioni del genere, il principio di sicurezza del monitoraggio preventivo dei risultati viene a mancare. In terzo luogo l'incidente perde i suoi confini temporali e spaziali (Beck 1999).

In estrema sintesi, il mondo contemporaneo sperimenta situazioni di pericolo e di rischio non solo maggiori di quelle del passato, ma qualitativamente diverse da queste. Al cui limite estremo vi è la possibile estinzione della spe-

cie per una scelta deliberata dell'uomo o per un accidente fortuito che attiva un dispositivo pantoclastico creato dall'uomo stesso.

Tuttavia dentro questa condizione ineluttabilmente tragica si agita anche una realtà di carattere diverso, che possiamo definire *catastrofica*, cioè interna alle dinamiche di "morfogenesi" che sino a oggi hanno alimentato lo sviluppo del pianeta. Torniamo alla condizione atomica, al modello paradigmatico della dimensione del pericolo planetario. La potenza distruttiva raggiunta dalle armi nucleari in dotazione presso le potenze del mondo sviluppato ha messo in crisi l'ideologia della guerra (anche se, purtroppo, solo per certi versi). L'entità del rischio nucleare – non l'accettazione del suo pericolo ma la scelta di correrlo – ha funzionato da spinta verso una ridefinizione dell'idea stessa dei conflitti di potere su scala globale e, allo stesso tempo, ha lavorato in modo sotterraneo o palese al fine di rendere praticabile e realizzabile il sogno illuminista, l'unificazione del genere umano (de Kerckhove 1990): l'armonica composizione delle differenze, delle diversità, delle libertà, dentro un quadro di omogeneità che riguardi la sfera delle opportunità, dei diritti, dell'equità sociale (Caramiello 1996). In apparenza sembra che l'umanità non se ne sia ancora "accorta". Il progetto illuminista e cosmopolita sembra annunciarsi non tanto attraverso i paradigmi del pensiero razionale, delle grandi astrazioni contrattualiste, legislative e normative costruite dai soggetti storici della modernità, ma dalle sensibilità socialmente divise eppure emotivamente affini dei consumatori, del loro comune interesse a produrre la vita di cui si alimentano. Se è vero che la caduta dei livelli di solidarietà sociale a opera delle dinamiche postindustriali annuncia vocazioni disgregatrici e violente pulsioni verso la differenza piuttosto che l'omogeneità degli interessi, verso mondi multiformi piuttosto che uniformi, perché questo sia possibile bisogna che la "terra di tutti questi mondi" resti in vita. Da tempo stiamo parlando esattamente di questo (Caramiello

1987). E in modo più o meno inconsapevole continuiamo a rifletterci anche quando ci interroghiamo sul valore di punti di vista apparentemente antitetici. Quando l'opinione pubblica si divide fra global, no-global, new global.

In altre parole: se fosse proprio il rischio, definitivo, incommensurabile, estremo, a generare una possibilità qualitativamente diversa, inedita, tanto originale da farsi "originaria"? Forse è proprio così, forse "l'unica via per uscire dal pericolo è progredire nel pericolo" (Abruzzese 1987). L'immaginario cinematografico da tempo sta trattando questo tema – e anzi è nato all'insegna stessa della catastrofe, della guerra tra mondi, del destino della tecnica – sino a espanderlo in fantasmagorie planetarie, guerre stellari, metamorfosi genetiche, o miniaturizzarlo in narrazioni e scene in cui ogni situazione di pericolo e di rischio si fa evento creativo, educazione sentimentale, aspirazione ecologica e comunitaria.

Riso
Alberto Abruzzese

Il riso rappresenta il momento in cui l'uomo si abbandona al proprio corpo e questo risponde al suo posto non come strumento per l'azione o il linguaggio, ma immediatamente come contraccolpo diretto. Perdendo il controllo sul corpo – chiarisce Plessner (1941) – l'uomo riesce cionondimeno a conservare la propria sovranità "potendo ancora venire a capo di qualcosa anche là dove non sia più possibile fare nulla".

Sul riso esiste una vasta e articolata letteratura. Baudelaire ne mette in luce l'aspetto diabolico, Bergson ne esalta la capacità di sanzionare ogni rigidità esteriore in omaggio alla mobilità elastica della coscienza, Pirandello lo vede come l'effetto di un superficiale "avvertimento del contrario" riservando al sorriso umoristico il ruolo di un più profondo ed empatico "sentimento del contrario", Freud lo interpreta come un dispositivo che realizza un risparmio dell'energia psichica necessaria a mantenere una rimozione pulsionale, Bataille lo annovera tra le manifestazioni della sovranità, Koestler riconosce alla comicità che lo suscita il carattere di vero e proprio atto creativo.

Com'è comprensibile, riso e divertimento esprimono la tonalità emotiva su cui viene modulata l'offerta complessiva dell'industria culturale. "Divertirsi significa essere d'accordo", sentenziarono Max Horkheimer e Theodor W. Adorno, spiegando che alla base del divertimento vi è un profondo senso di impotenza verso una realtà di cui si intuisce l'assurdo, ma che di fatto non si sa o non si può fare a meno di accettare. In questo senso, il divertimento porterebbe a compimento il disegno ideologico del capitalismo, che consisterebbe nel trasformare i consumatori dei prodotti dell'industria culturale in complici passi-

vi e per giunta compiaciuti di un sistema votato all'annullamento della loro stessa soggettività.

Da un altro punto di vista, il riso può essere considerato, invece, come una imprevedibile e incontenibile manifestazione di consumo produttivo, un estremo baluardo di sovranità dove si annida per lo spettatore la possibilità di esprimere libere e personali associazioni di senso, capaci di decostruire e "reintenzionare" i significati e i valori trasmessi dai media.

Si può piangere dal ridere. Il pianto e il riso sono due modi d'essere del nostro corpo quando, colpito da un pensiero o da un evento esterno, raggiunge un tanto elevato grado di eccitazione interna, di moti dell'animo, di commozione, da esibirlo automaticamente nella violenta e irresistibile contrazione del proprio volto. Persino contro la volontà di chi ne è preso. Contro le convenzioni sociali e le condotte personali che impediscono una così sfrenata manifestazione, legittimando solo educate espressioni di dolore e controllati sorrisi. Ciò che evidentemente è perseguito in queste esplosioni emotive del corpo è la prova oggettiva che esse ci danno di un individuo straniato, cioè appartenente ad altro luogo da quello socialmente pre-ordinato in un quadro normativo di linguaggi e relazioni personali, limitato e selezionato strategicamente, politicamente. Pianto e riso lasciano intravedere la potenza occulta di una "macchineria" psicosomatica ben più intensa ed estesa rispetto all'identità che convenzionalmente si fa coincidere con il corpo umano in senso semplicemente biologico. Il primo è il segno di una persona che il mondo ha gettato nella solitudine del proprio dolore, nella massa informe, arcana, del senso di morte. In una disperazione che pur muovendo dai legami sociali si chiude in sé. Il secondo è invece il segno di un'improvvisa apparizione del sé al cospetto della società, del suo ordine, del suo funzionamento, della sua organizzazione. È il momento della festa carnevalesca, l'irrisione del principe. Nel primo ca-

so, il corpo che si duole e lacrima, è la natura esterna a mortificare il soggetto, nel secondo caso è questo a mortificare la natura esterna. Nel primo, la contropartita è data dall'implicita solidarietà tra corpi di una moltitudine sofferente; nel secondo, dall'esplicita solidarietà tra corpi di una moltitudine irridente. Nell'uno e nell'altro caso desiderio di morte e desiderio di vita si sovrappongono nell'atto spontaneo di una reazione rigeneratrice di fronte a un "incidente" altamente significativo. Nell'uno e nell'altro caso, persona e moltitudine (dunque non massa o collettività o ceti e neppure identità sociale) sono una sola soggettività, un'unica sensibilità corporea.

Il pianto si accende per un evento luttuoso. Il riso per un evento comico. Come si è sviluppata una testualità destinata a sollecitare il pianto, così si sono sviluppate forme di comunicazione dell'evento comico. In questo secondo caso, il carattere sociale dei generi comici (riferiti non al mito ma alla contemporaneità) è emerso con tutta evidenza nel primo cinema muto, quando a "parlare" era solo il corpo e la risata del pubblico scaturiva dall'impaccio fisico e motorio del personaggio di fronte alle regole economiche e politiche del vivere civile, ai dispositivi e alle figure delle sue forme di potere sul tempo e sullo spazio, alle sue leggi, le sue sanzioni esplicite e implicite, e infine alle macchine a cui la società affida la produzione e riproduzione del sapere e del comportamento.

Il cinema comico sviluppava in chiave collettiva l'ironia romantica (espressione del conflitto tra soggetto e oggetto, spirito e materia, individuo e mondo), dava un preciso formato espressivo a esigenze per più aspetti antiestetiche (la comicità ha la forma particolare del ritmo ma non quella generale delle arti). Eseguiva sul piano scenico lo spirito del vitalismo novecentesco (per vari autori, tra cui Bergson, la volontà di attingere alla più autentica dimensione della vita umana, liberata da ogni ornamento, da ogni "disegno" che non rispettasse e valorizzasse ap-

punto la vitalità del soggetto moderno, la piena corrispondenza tra tecnica e natura). Ma anticipava anche la base di osservazione delle "teorie critiche", tese a scorgere l'intima contraddizione culturale della razionalità sociale del sistema capitalista, a metterla in fallo, in ridicolo (si pensi non solo al pensiero negativo applicato dalla Scuola di Francoforte per smitizzare la società industriale di massa, ma anche alle teorie della regia elaborate da Bertolt Brecht [1898-1956], in cui lo straniamento – il distacco, la diversità – dell'attore dalla reciproca identificazione emotiva tra le forme di messa in scena dell'attore teatrale e lo spettatore ambiva a ottenere un risultato analogo alla comicità, la messa in crisi dell'ordine costituito).

Come si vede, ironia e riso non rimandano a una contraddizione sociale in grado di fornire di per se stessa il soggetto cui affidare la scelta politica con cui trasformare il mondo, ma, più di altre piattaforme espressive, ne definiscono semplicemente il campo di battaglia, ne individuano la base materiale, la natura psicofisica. Anzi, dal pianto e dal riso emergono proprio i sentimenti di sopravvivenza istintiva a cui tutti i regimi di potere – anche quelli allo stato nascente o alternativi, e tanto più quelli maggiormente autoritari, conservatori – attingono per trovare consenso. Le strategie della politica hanno fatto di volta in volta ricorso alle modalità emotive che qui abbiamo raccolto intorno al significato esplicito del verbo ridere e della sua versione nominativa, il riso: dalle forme fantastiche e grottesche dell'individualismo borghese alle forme spettacolari ed evasive dell'identità collettiva della società di massa. Proprio in questo è consistita la potenza di rappresentazione del tempo moderno, la logica affermativa delle sue costruzioni sociali. I fili che comandano le contrazioni facciali del riso e del pianto sono state tuttavia sempre nelle mani di una soggettività sovrana sui linguaggi del corpo. Il corpo viene qui pre-scritto – reso immanente da una volontà superiore, trascendente – anche quando lacrima dal ridere o dal piangere.

Come il pianto anche il riso ha dovuto attraversare i territori televisivi, guadagnando in presenza sul mercato dei consumi, ma naturalmente esaurendosi nel loro stesso eccedere e quindi perdendo sempre più le proprie radici storiche e culturali nei mutamenti di cui precedentemente è stato lo strumento, vale a dire nei processi di socializzazione della tarda modernità che si sono serviti dell'ironia e della comicità. In questo ribaltamento, il riso sta vivendo una mutazione sostanziale: perde l'intelligenza con cui il sapere moderno ha travestito e impregnato di sé ogni secrezione vitale dell'esperienza corporea. A seguito di questa perdita, si ritrova di fronte alla materia inorganica in cui l'essere umano più si confonde con l'animale, le piante, le cose inanimate. Sino a raggiungere – una volta entrato del tutto nella dimensione acefala e centrifuga della società post-moderna – il "grado zero" del cinema e della televisione "spazzatura", inespressivo rispetto alla propria tradizione sociale ma, proprio rispetto a essa, massimamente eloquente appunto per la sua oscenità, per il fatto di essere clamorosamente "fuori" della scena moderna.

E dunque. In linea con la riproduzione e rappresentazione del pianto, il riso nella comunicazione sociale è una finzione mirata a creare emozioni reali nel pubblico, a graduarne e ritualizzarne l'effetto liberatorio. Ma sul versante della finzione si annidano sceneggiature messe in opera dai linguaggi sapienziali delle politiche moderne, mirate a non lasciare contaminare i territori tradizionali, non lasciarli invadere dall'aliena territorialità del non-sapere, cioè di soggettività tanto socialmente inespresse da essere semanticamente inesprimibili attraverso tali sceneggiature. Ancora non si è materialmente dato un possibile rovesciamento di questo rapporto tra la finzione e la realtà dei sensi di cui i corpi dispongono. Solo le nuove piattaforme espressive dei linguaggi digitali sembrerebbero potersi aprire a questa rivoluzione dei rapporti di forza tra sapere e corpo. La risata collettiva

che questa volta dovrebbe sommergere il mondo non ha, per i soggetti moderni, una fisionomia riconoscibile e infatti si affida a un potere connettivo – quello delle reti multimediali – che non sfrutta la contrapposizione tra attore e spettatore, tipica dell'effetto comico, ma direttamente la metamorfosi psicosomatica di cui la comicità è stata così a lungo una delle principali tecniche.

Ritmi
Francis cu Sedda

Viviamo entrando e uscendo da ritmi. A volte ci teniamo dentro a più ritmi cercando di farli convivere. In realtà molti di essi ci trascendono e tendono a divenire per noi “naturali”. È evidente per quei ritmi esteriori inscritti nella lunga durata della storia (ritmi dei cambiamenti climatici, demografici, delle forme di civiltà ecc.) o per quelli irrimediabilmente interni al nostro corpo (ritmi biologici, cellulari, sessuali). Ma è anche evidente che il limite fra ciò che è “naturale” e ciò che è “culturale” è molto labile e in qualche modo implica già l’uomo e la sua azione produttrice di senso (Latour 1991).

I ritmi “naturali” dell’anno solare, dell’avvicendarsi del giorno e della notte, sono tali solo in quanto parte di un processo di “naturalizzazione” che li rende “dati” indiscussi del *senso comune* (Greimas 1968): riferimento sociale e collettivo scandito e “oggettivato” attraverso calendari e orologi e tuttavia continuamente in tensione con l’emergere di pratiche che diano nuovo senso e ridefiniscano il valore e l’appropriazione di tali ritmi per i soggetti (Ricoeur 1985). Ne sono testimonianza la de-sacralizzazione del ciclo giorno/notte, la diversa costruzione dei calendari nelle varie culture o in vari momenti (storici) o movimenti (politico-culturali), l’appropriazione della notte come tempo di vita, di divertimento o eventualmente di lavoro attraverso l’illuminazione, per non parlare poi del modo in cui noi agiamo sempre più concretamente e simbolicamente sul nostro corpo cercando di allungarne l’esistenza, modificandone il ritmo apparentemente fondamentale.

Ma il ritmo non pertiene solo al tempo, anzi. Il ritmo è uno “spazio”, è una com-posizione e disposizione (sintassi) di elementi che ne definisce il senso e il valore, cogniti-

vo e passionale, per i soggetti: i gesti di una danza, l'abbinamento di sapori in una pietanza (o la sequenza di un pranzo), la composizione di un quadro, di un ambiente architettonico (un palazzo, un'abitazione, un locale), di un "prodotto culturale" (un film, un sito, un CD), di un "evento" (un concerto, una performance, un *dj set*, una mostra, una competizione sportiva), la sequenza della nostra dieta mediale, o del nostro zapping televisivo, delle nostre attività quotidiane, più o meno consuetudinarie. L'insieme degli elementi – i colori, le forme, i materiali, gli odori, i sapori, le forme culturali che incontriamo, i corpi stessi dei soggetti – contribuiscono a costruire il ritmo del mondo. In tutti questi casi ciò con cui abbiamo a che fare è una "proposta del sensibile", più o meno dinamica e più o meno modificabile, che si configura per il soggetto come una "forma d'esistenza" possibile (per quanto momentanea): una forma che può corrispondere alle attese e agli stati interiori del soggetto o essere parte di un "gioco" in cui l'*isomorfismo* (la "consonanza") fra le forme del mondo e le attese del soggetto che le percepisce (Geninasca 1997) si costruisce come in un dialogo o, laddove si abbia a che fare con eventi/oggetti culturali dinamici e collettivi, una "polifonia" in cui ciascuno è chiamato a fare la sua parte per dar vita a un ritmo collettivo, per essere nel flusso o per far scoccare ed esser parte di quella determinata "atmosfera".

Ora questi ritmi si tendono fra quelli apparentemente già pronti che noi dobbiamo semplicemente "accogliere", come in un programma TV o un oggetto che ci viene proposto o venduto – ma che in realtà richiede sempre la nostra "partecipazione" per essere davvero reso presente ed efficace – e fra quei ritmi che noi stessi costruiamo, come quando individuiamo nel paesaggio che ci sta di fronte una configurazione "estetica" degli elementi naturali o come quando, impadronendoci di competenze e mezzi, produciamo noi i nostri "oggetti" (una musica, un video, un sito, una conferenza, una riflessione scritta, per dirne solo

alcuni): oggetti che aprendo nuovi “spazi” scandiscono il *nostro* ritmo, tendenzialmente asincrono e individuale ma sempre, una volta esteriorizzato, potenzialmente comunitario. E del resto le nostre costruzioni utilizzano i “pezzi” e i mezzi che la cultura già ci offre (Abruzzese 2001a): come il ritmo prodotto e salvato dalla ragazza di un vecchio spot del mini-disc Sony, pronta ad associare a modo suo suoni e squarci di vita metropolitana ben noti, a creare, *per lei*, la memoria di un giorno di vita, tendendosi fra i suoi ritmi interiori e quelli dell’immaginario collettivo.

Ritratto

Alberto Abruzzese

Il termine ritratto enuncia la natura personale e affettiva dell'atto di rappresentare un volto o una figura; la fattura di un'immagine – di un simulacro dell'altro – da "tenere per sé", da "trattenere a sé". Rimandando quindi per un verso a ri-produzione e per altro verso a surrogato, dunque feticcio (falso idolo), si tratta di una parola in grado di evocare l'intero percorso dei linguaggi della comunicazione dai primi graffiti rupestri all'industria culturale dei consumi di massa, in cui riproducibilità tecnica e feticismo delle merci hanno trovato il loro culmine espressivo. La mitologia ci offre una prima grande interpretazione del ritratto nella figura di Narciso; la più sostanziale, la più radicale. Qui l'immagine scolpita o dipinta è ancora in nuce, vive interamente nello spazio interiore del desiderio di essere al mondo e nell'intuizione che, per esserci, è necessario che il corpo impari a sapere disporre di *idola*, di simulacri di sé. Un altro importante filone mitologico – che si spinge sino alla letteratura fantastica e ai media di massa – ci suggerisce che il ritratto sia frutto del desiderio dell'amato, il segno della sua assenza, l'artificio e la finzione con cui intrattenere i propri sensi. L'immaginario collettivo moderno – così impregnato dalle superstizioni delle tradizioni popolari e al tempo stesso dai processi di astrazione e automazione della società industriale – tende a dare vita al ritratto, a staccare la figura riprodotta dal suo sfondo originario, a riportarla al presente.

Con la fotografia, il ritratto – di vivi e di morti, di ricchi e di poveri, di eroi e di assassini, di corpi e fantasmi di corpi – raggiunge già a partire dalla prima metà dell'Ottocento ogni dimensione e funzione identitaria del sistema sociale. La fisiognomica diviene un patrimonio culturale generalizzato, genetico, grazie alla sua progressiva

estensione nel tempo e nello spazio. La potenza del significato informativo e classificatorio del ritratto fotografico assume in quell'epoca, antecedente al cinema, la stessa portata che oggi la fotografia digitale connessa alla telefonia mobile potrebbe svolgere come laboratorio di sperimentazione di nuovi inattesi linguaggi espressivi. Infatti, l'immaginario cinematografico, senza la lunga penetrazione della fotografia nella sensibilità collettiva della vita metropolitana ed extrametropolitana, non avrebbe trovato la materia necessaria a tradurre in immagini in movimento i personaggi e luoghi della realtà e della fiction. L'attuale possibilità di infarcire di ritratti la parola quotidiana a distanza – in assenza dell'"amato" o dell'"odiato" – è un ulteriore salto tecnologico volto a favorire il processo di oralizzazione delle forme di comunicazione della società post-industriale. Al contempo, le stesse tecnologie di questa sorta di umanizzazione post-umana sono in grado di rilanciare la vocazione panoptica della tradizione moderna sottraendo al segreto ogni dimensione locale e privata dell'intrattenimento orale. C'è dunque da prevedere – poiché da sempre lo spazio delle tecnologie è stato attraversato da movimenti tesi al controllo sociale e movimenti tesi a eluderlo – strategie di autoprotezione della propria privacy volte a criptare il contenuto delle parole e delle immagini di sé. Sarà il tempo di una metamorfosi continua tra significato e significante. Nuova frontiera per gli strumenti di dominio che si fondano sulla trasparenza del mondo, ma anche nuovi mercati del consumo e cioè di tecnologie impegnate a garantire al consumatore la sua ombra.

Rivoluzione industriale
Alberto Abruzzese

Nel dire industria, come nel dire artificio o macchina, possiamo riferirci ad attività e strumenti che precedono di molto la rivoluzione industriale propriamente detta. Vuol dire che solo a partire da una certa fase dello sviluppo umano le attività industriali sono diventate il cuore del sistema sociale. Al contempo, ora che questo sistema va rapidamente trasformandosi e va assumendo la sua centralità nell'ICT (Information Communication Tecnology), tali attività continuano a riguardare gran parte del lavoro umano e della società, anche se la formula con cui tendiamo a definirla è "post-industriale".

Nel 1780 l'inventore inglese James Watt perfezionò una macchina in grado di trasformare l'energia motrice del vapore in lavoro meccanico utilizzabile nell'industria tessile. Nove anni più tardi, il 26 agosto del 1789, l'Assemblea nazionale francese approvava la *Dichiarazione dei diritti dell'uomo e del cittadino* sancendo solennemente il "sacro e inviolabile" diritto della proprietà privata. Il XVIII secolo si era concluso con due eventi, la macchina a vapore e il telegrafo, innovazioni che sono state giustamente considerate come genesi di una nuova epoca, contraddistinta dallo sviluppo rapido e integrato del sistema produttivo capitalistico e dall'affermazione dei valori e delle classi della borghesia.

La macchina a vapore non si limitò a modificare quantitativamente il lavoro umano rendendolo meno costoso e più produttivo. Essa segnò il punto di avvio di una serie di trasformazioni qualitative tanto importanti che ancora oggi condizionano in parte la geografia, l'economia e la società dei paesi industrializzati. Con l'avvento della macchina a vapore la cellula del sistema produttivo non fu più soltanto la famiglia, ma la fabbrica ne assunse il lavoro, il

sistema di relazioni e la capacità di socializzazione. Prima della rivoluzione industriale i manufatti tessili erano prodotti generalmente con il sistema del *putting-out system*: i mercanti imprenditori ne organizzavano la lavorazione facendo circolare i prodotti semilavorati da un lavorante a domicilio a un altro. La macchina a vapore sancì la scomparsa del lavoro a domicilio e rese economica la concentrazione dei lavoratori in un unico luogo produttivo: era nata la fabbrica.

Fra le conseguenze più rilevanti che tale trasformazione ebbe sulle forme di vita e sulla sensibilità collettiva mette conto segnalare i fenomeni della parcellizzazione del lavoro e dell'istituzione del tempo libero. Nella fabbrica ciascun operaio forniva una prestazione limitata a una singola fase della lavorazione del prodotto perdendone di vista il progetto e la logica complessiva. Inoltre, mentre prima la casa privata era contemporaneamente nucleo abitativo e lavorativo, sede di funzioni private e pubbliche, gli operai cominciarono a percepire nettamente la differenza fra tempo trascorso in fabbrica e tempo trascorso in casa, fra tempo del lavoro e tempo libero, con conseguenze allora non ancora immaginabili sulla dieta dei bisogni e dei consumi di evasione.

La macchina a vapore fu la prima grande fonte di energia quasi completamente artificiale e metaterritoriale, nel senso che poteva essere installata dovunque a prescindere dai condizionamenti dell'ambiente e delle risorse locali. In precedenza, per sfruttare l'energia dei corsi d'acqua, gli insediamenti produttivi dovevano per lo più essere localizzati lontano dai centri abitati. L'impiego del vapore come forza agente nella filatura del cotone rese possibile la concentrazione delle fabbriche nelle città, vicino alla manodopera e ai mercati. Vi furono casi di rapida e squilibrata urbanizzazione intorno a grandi opifici, come avvenne precocemente in Inghilterra, ad esempio per Manchester, Birmingham e Sheffield, enormi e degradati complessi metropolitani su cui "la macchina a

vapore faceva perennemente gravitare fitte coltri di fumo" (Mantoux 1905).

Analogo impulso all'emancipazione dai vincoli della natura organica fornì l'applicazione dell'energia ottenuta dal vapore al settore dei trasporti. La rivoluzione industriale non avrebbe potuto assicurare la libera circolazione delle merci teorizzata da Adam Smith (1723-1790) se non fosse stata accompagnata da un'imponente rivoluzione dei trasporti. Se si pensa che fino a quell'epoca il mezzo di locomozione più rapido era il cavallo, si può immaginare quale straordinaria impressione dovettero destare presso i contemporanei l'invenzione a opera dell'americano Robert Fulton (1765-1815) del primo battello a vapore che nel 1819 attraversò l'Atlantico, oppure la realizzazione nel 1825 del primo tronco ferroviario tra Stockton e Darlington in Inghilterra per merito dell'ingegnere inglese George Stephenson (1781-1848).

Fu lo stesso Stephenson a progettare la locomotiva detta *The Rocket*, razzo, che nel 1829 riuscì a raggiungere la velocità di 48 chilometri orari nella tratta fra Liverpool e Manchester. Alla locomotiva di Stephenson si possono far risalire alcuni fondamentali processi delle economie di mercato e delle società di massa. In primo luogo l'accelerazione nel trasporto di beni e di persone e la contrazione delle distanze che ne derivò non solo agevolarono e potenziarono gli scambi commerciali ma furono strumento di unificazione politica (come testimonia ad esempio la costante attenzione che Cavour dedicò allo sviluppo della ferrovia in Italia).

Inoltre, l'adozione di uno scartamento unico per le strade ferrate europee fornì un impulso decisivo al progetto di standardizzazione internazionale avviato all'indomani della Rivoluzione francese per ovviare al caos del particolarismo feudale (Flichy 1991). Infine, dobbiamo valutare ancor più l'influenza che i viaggi ferroviari ebbero sulla mentalità e sull'immaginario ottocentesco: il treno in corsa consegnava ai viaggiatori il paesaggio in forma di

panorama, oggetto di una visione d'insieme, fuggevole, impressionistica, senza profondità né dettagli in primo piano (Schivelbusch 1977). In un certo senso, lo sguardo "panoramatico" dai finestrini dei treni in corsa costituì l'esperienza archetipica dello spettacolo delle immagini in movimento meccanico, confluito nella sua realizzazione tecnica grazie al cinema. È emblematico che a sottolineare il nesso tra viaggio in ferrovia e cinema fu proprio uno dei primi documentari girato dai fratelli Lumière, la celebre entrata di un treno alla stazione, che tanta emozione produsse nei primi spettatori del linguaggio filmico.

Si trattò di modificazioni della sensibilità che fanno da sfondo al passaggio sempre più netto dalla dimensione dei trasporti a quella della comunicazione. Quando nel 1844 Samuel Morse trasmise a scopo dimostrativo un versetto della *Bibbia* da Washington a Baltimora servendosi del telegrafo elettrico da lui stesso inventato, certamente non avrebbe potuto immaginare tutte le enormi conseguenze che a partire da quell'evento avrebbero rivoluzionato il sistema delle comunicazioni.

Prima del telegrafo, comunicare era sinonimo di trasportare, dal momento che ogni trasmissione presupponeva lo spostamento fisico di un messaggero, sia esso un corriere o un piccione viaggiatore. Con l'avvento del telegrafo elettrico fu possibile per la prima volta inviare messaggi a distanza in tempo reale e senza mobilitare intermediari. Fu l'atto di nascita della comunicazione istantanea, destinata nell'arco di poche generazioni a cambiare profondamente il mondo. Si può affermare che la realizzazione della comunicazione istantanea materializzava, prima ancora che un atavico sogno umano, le aspirazioni professionali degli operatori delle banche e delle borse di tutto il pianeta sviluppato.

Il sistema industriale necessitava di una quantità di investimenti che solo apparati creditizi articolati su base internazionale erano in grado di realizzare. E affinché tale sistema funzionasse al meglio era necessario che le opera-

zioni finanziarie avvenissero in tempi sempre più contratti per battere la concorrenza, fino all'ideale di una comunicazione assolutamente istantanea. Solo su questo tipo di comunicazione il vecchio sistema dei trasporti e i viaggi di commercio avrebbero potuto effettivamente svilupparsi e intensificarsi.

Il telegrafo ha avuto un ruolo decisivo nell'organizzazione dei mercati e delle finanze del sistema capitalistico. Attraverso il telegrafo fu possibile conoscere istantaneamente i prezzi delle merci su ciascun mercato locale, e fu così che per la prima volta si realizzarono le condizioni di trasparenza e di razionalità liberiste postulate dalla teoria neoclassica. Ne conseguì che i prezzi cominciarono a livellarsi e i mercati locali furono soppiantati dall'istituzione di un mercato globale. Con il telegrafo i margini del guadagno speculativo si spostarono dallo spazio al tempo, cioè dall'arbitraggio tra piazze diverse alle operazioni a termine (Carey 1983b).

In un mercato globale, infatti, non era più possibile ciò che si era potuto fare entro i limiti di una spazialità ridotta, cioè comprare una merce in un luogo dove costava meno per rivenderla in un altro dove il prezzo era maggiore. E pertanto si cominciò a comprare merci in un certo momento per rivenderle successivamente speculando al rialzo. Ma la comunicazione telegrafica era destinata a ingenerare ripercussioni epocali profonde e a vasto raggio. La scomparsa del trasporto fisico nella trasmissione di messaggi modificò radicalmente la forma e la funzione dei messaggi. Fare operazioni di borsa o trattare l'acquisto di partite di merci al telegrafo piuttosto che *faccia a faccia* fu l'impulso determinante a realizzare relazioni commerciali in cui il valore d'uso degli oggetti fosse separato da quello di scambio. Le condizioni di circolazione materiale delle idee non sono ininfluenti sui loro contenuti e livelli di elaborazione: "lo studio dei messaggi si occupa troppo del testo e non abbastanza della posta" – questo secondo Régis Debray (1991) fu uno dei principi su cui si sarebbe fonda-

ta la mediologia, la disciplina che studia i fenomeni che interessano la comunicazione.

Il rapido profilo che si è dato della rivoluzione industriale, basandoci su due tecnologie di straordinaria efficacia nel trasformare le relazioni personali e collettive nello spazio e nel tempo, fece compiere un salto epocale alla capacità umana e sociale di manipolare il proprio ambiente e dotare di protesi il proprio corpo. I frutti della prima industrializzazione sette-ottocentesca vanno riportati sui fenomeni più tipici del processo di modernizzazione, quali la metropoli e le sue forme espressive, così come sulle esperienze dominanti nelle dinamiche di socializzazione, quali la massificazione, e con essa l'organizzazione di linguaggi e media che ne potessero sostenere l'impatto. I frutti, invece, della piena espressione di tutti questi fenomeni, del loro compiersi, entrando in una fase terminale del loro sistema organizzativo, valoriale e normativo, vanno a loro volta riportati sulle nuove modalità della società post-industriale, sui suoi processi di de-massificazione e di de-socializzazione, sui linguaggi e i media che ne stanno scaturendo.

Rovina
Franco Speroni

Georg Simmel nel saggio breve *La Rovina* (1911) individua un nuovo tipo di unità estetica che non appartiene al mondo delle forme estetiche tradizionali ma all'esperienza dell'evento. La Rovina è per Simmel il rovescio speculare della forma per eccellenza che è l'architettura. Nell'architettura, infatti, riscontriamo un equilibrio che nasconde ogni sforzo della materia sottoposta allo spirito, ovvero al progetto, al punto che si perde la differenza tra realtà pesante della materia e armonia della forma. Con la Rovina quest'equilibrio viene meno e appare come la costruzione dell'architettura e, per estensione, ogni costruzione dello spirito sia il mascheramento della "originaria universale inimicizia tra le parti" (ib.). Attraverso la Rovina, dunque, si rivela che l'intero processo storico dell'umanità è l'impadronirsi della natura da parte dello spirito. La Rovina a sua volta costituisce un'unità inedita più importante dei singoli frammenti che la compongono: mentre questi sono ancora unità simboliche che rinviano organicamente al tutto di cui facevano parte, la Rovina indica invece un processo di costruzione simbolica in corso, fondato non più sul riconoscimento di un valore comune espresso dalla forma ma sulla sensibilità condivisa per il processo stesso, che ci consente di provare sì un "godimento estetico", ma radicato in una profondità altrimenti velata dalla forma.

Scritto dopo *La Moda* (1895) e dopo *La metropoli e la vita dello spirito* (1903), *La Rovina* accoglie gli spunti dei due precedenti saggi, riunendo l'esperienza estetica della società di massa e dell'industria culturale, nella metafora di un territorio che non è più fondato sull'autorità e sull'autorialità delle narrazioni sequenziali basate sul modello della scrittura e sugli equivalenti delle arti pla-

stiche; descrive un'esperienza estetica caratterizzata dal ruolo attivo del pubblico che attraversa più cornici testuali; focalizza, in un'unità esperienziale più ampia dei limiti oggettivi delle forme, il processo di smaterializzazione derivato dalla coincidenza della merce con la comunicazione (Speroni 2002). La comprensione della Rovina, infatti, non si fonda sulla distinzione tra esperienza del corpo e progetto dello spirito, sulla differenza tra intuizione e pensiero, ma su processi di feedback che stabiliscono una simmetria tra soggetto e oggetto, come nei "quasi-oggetti" di Bruno Latour, o nei processi di progettazione caotica della "merce cult". Nell'unità inedita della rovina si percepisce un tempo presente, situato tra il "non ancora e il non più" (Simmel 1911), nel quale si sperimenta il piacere della percezione unitaria delle dinamiche conflittuali che sostanziano il mondo delle forme. Attraverso la rovina possiamo vedere come i processi di costruzione simbolica siano caratterizzati da un incessante antagonismo tra le parti, sul quale si fonda il piacere estetico delle "nature etiche".

Simmel distingue tra "nature estetiche" e "nature etiche", e dunque tra chi si riconosce nei valori dell'estetica normativa e perciò nelle forme oggettivate, e chi invece si incontra a posteriori nella condivisione di un tempo presente e di un territorio ibrido corrispondente alla Rovina. Si intravede, quindi, un soggetto nuovo aderente a questo territorio e che – oggi si può anche dire – è il soggetto che ha attraversato la metropoli e la smaterializzazione delle forme dell'abitare proprie del Moderno, per abitare le forme instabili e performative della comunicazione sociale dell'era postindustriale. Dentro questo soggetto vive sia il conflitto – che Walter Benjamin definiva impossessamento dell'opera da parte delle masse attraverso la riproduzione e il suo corollario più avanguardista che è la "citazione" (Benjamin 1966) – sia l'idea di flusso che, dal "pensiero della convergenza" di Pierre Teilhard de Chardin, giunge al "villaggio globale" di Marshall McLuhan, e

alla “noosfera” di Derrick de Kerckhove e di Pierre Lévy (Speroni 2002).

La relazione antagonista tra le parti, che compone la rovina, consente inoltre di trovare delle proficue analogie con processi culturali che producono insiemi uniti da “relazioni disgiuntive”: Arjun Appadurai (1996) descrive ad esempio i *mediascapes* della globalizzazione come “costruzioni panoramiche” non più spiegabili secondo i modelli di centro e periferia, ma riconducibili – come già la rovina – a una complessa dinamica di relazioni interne che non si ricompattano in un’unità culturale dominante.

Science fiction
Sergio Brancato

Il nome italiano della science fiction non traduce letteralmente il termine americano, ma consiste in un neologismo – "fantascienza" – capace di incorporare tutta la distanza tra la percezione nazionale della tecnologia e l'immaginario tecnologico prodotto dall'industria culturale statunitense, affermatasi gradualmente in tutto il mondo attraverso un corpo variegato di narrazioni e design in grado di restituire la moderna ideologia del progresso (Giovannoli 1991). Una distanza – quella tra science fiction e fantascienza – che è temporale oltre che geografica: dal 1926 (anno in cui il genere appare sulla scena dei consumi culturali di massa americani grazie al *pulp-magazine* «Amazing Stories») al 1952 (anno in cui Mondadori pubblica "Urania", la prima vera collana italiana dedicata alla scienza fantastica o "di finzione") passa un lasso di tempo in cui l'Occidente vive la frattura culturale del secondo conflitto mondiale e l'immanenza nucleare, il tramonto del vecchio ordine mondiale e l'avvento di una nuova concezione del rapporto uomo-macchina, mentre si prepara la conquista dello spazio attraverso una tecnologia di guerra (i vettori che hanno consentito l'esplorazione extraplanetaria erano nati per trasportare le testate atomiche nei cieli di questa terra) e soprattutto si gettano le basi per un nuovo principio di realtà basato su modalità di comunicazione del tutto innovative.

Il termine "fantascienza" evoca un immaginario ancora lontano dalle frontiere avanzate della modernità (o dalle sentinelle del postmoderno): più che una rappresentazione speculativa e "di finzione" della scienza e della tecnologia, il punto di vista italiano è quello (*periferico*, in un mondo in cui la differenza tra centro e periferia è ancora marcata) di una scienza socialmente poco condivisa e at-

tardata nelle sensazioni miracolistiche di un fantastico premoderno, in cui i prodotti dello sviluppo economico, culturale e tecnologico dell'Occidente appaiono come le manifestazioni di un potere ultraterreno (extraterrestre). Tuttavia, questa spaccatura sulla superficie della contemporaneità mette in evidenza i meccanismi sottostanti, permettendoci di cogliere le sostanze fondanti il nostro immaginario e dunque le linee di continuità tra l'immaginazione del futuro e il senso della Storia.

Pur disegnando il profilo culturale del mondo contemporaneo, i simboli della fantascienza toccano i grandi temi della condizione umana attualizzandoli fino a individuarne nuove possibilità d'espressione. All'interno dell'orizzonte del Moderno, la science fiction rende dicibile la morte, altrove rimossa dall'ordine del discorso e occultata allo sguardo. Fin dall'esperienza del fantastico romantico (da cui deriva), questo genere allestisce i laboratori di una nuova costruzione sociale del senso della vita individuale e collettiva. Il mito di Frankenstein, più volte declinato nei diversi linguaggi dell'industria culturale, esprime proprio questa necessità di rivisitare i luoghi immaginari della morte per far fronte alle mutate condizioni dell'esistenza e alla rappresentazione della trascendenza nel mondo laico e postilluminista (Brancato 2000). Con la sua spinta produttività simbolica, dunque, la fantascienza incarna miti e riti che debordano oltre il "presente" muovendosi tra passato e futuro, tradizione e innovazione, storia e progetto, svolgendo una funzione fondamentale nella promozione della comunicazione come valore costitutivo della modernità. La pragmatica della tecnica precede – sul piano storico – lo stesso concetto di scienza. Fin dal secolo XIX, infatti, il vero nucleo dello *scientific romance* è stata la comunicazione, con le sue tecniche e i suoi effetti sulle relazioni interumane, ovvero sulla stessa architettura della società. Effetti spesso recepiti come sconvolgenti, poiché proiettati verso un vertiginoso "domani", talmente distante dai tempi della "tradizione" da apparire spesso

come un “altrove”: così, nel 1892, Jules Verne trasporta ne *Il castello dei Carpazi* la sua aspirazione al cinema (tre anni prima che i fratelli Lumière brevettassero il cinematografo), raccontando la storia di una cantante morta che “rivive” duplicata in immagini tridimensionali in movimento (ologrammi ante litteram), accompagnate dalla registrazione fonografica della sua voce.

Il vincolo di reciprocità tra la vita e la morte viene sovvertito dalla civiltà industriale e dal suo immaginario, che esprime l’intero spettro di emozioni individuali e collettive attivate dalla trasformazione tecnologica dei modi d’esistenza. Per tutto il Novecento, la science fiction ha svolto esattamente tale funzione di coscienza critica del tempo storico, segnalando – attraverso le proprie configurazioni cifrate – lo stato dei conflitti socioculturali, ma funzionando anche come formulazione programmatica di quell’aspirazione a ottenere un risarcimento simbolico per l’esperienza della morte, che il disincanto e il razionalismo moderni privano della contropartita del “sacro”. In ogni narrazione di questo genere, scritta o audiovisiva, ritroviamo il racconto della trascendenza: morti che rivivono, presenze ultraterrene, eternità singole o collettive, fenomeni prodigiosi, desideri o inquietudini di difficile formalizzazione “ordinaria” (Fattori 2001).

Nel tempo, la science fiction ha vissuto profonde metamorfosi legate intimamente alle modificazioni della coscienza che il Novecento maturava di se stesso. La fine della fantascienza di cui parlava Jean Baudrillard negli anni Settanta, intesa come morte della categoria di “futuro”, viene confermata – ma, al contempo, radicalmente negata e riformulata – dall’evoluzione del sistema delle comunicazioni. Negli anni Ottanta, lo spostamento d’asse dalla società di massa e dai suoi media a un orizzonte socio-antropologico basato su nuove tecnologie che rendono individuali i processi della comunicazione, innesca trasformazioni che ricadono sulle forme dell’immaginario: è il momento del “cyberpunk”, sigla che estrapola dal vecchio

termine science fiction gli elementi di ordine e disordine sociale, scienza del controllo e dinamiche del conflitto, evidenziandoli in maniera programmatica. Se, a partire dallo *scientific romance* ottocentesco, il senso ultimo della fantascienza era stato quello di disegnare le complesse cartografie del Moderno, i suoi squilibri, i suoi simboli inquieti, i suoi "mostri" (esattamente come nelle antiche carte geografiche apparivano le terre contrassegnate dalla scritta "*hic sunt leones*"), con il cyberpunk l'immaginazione tecnologica imbocca una strada diversa e si traduce, essa stessa, nella dicibilità espansa dei nuovi media (Caronia 2002). Con l'addizione significativa tra cibernetica e spazzatura (detriti, scorie, rovine del moderno), ovvero tra ordine e disordine, il genere fantascientifico si trasforma, rendendosi in grado di raccontare i miti emergenti della postmodernità e l'incerto divenire dei suoi riti, pratiche, strategie.

Scrittura audiovisiva
Alberto Abruzzese

Con questa formula paradossale – la scrittura è muta e si accende di immagini solo nella mente del lettore, mentre al contrario i mezzi audiovisivi hanno una loro almeno apparente oggettività esterna – si definisce la costruzione di un testo cinematografico o televisivo che per essere realizzato ha bisogno, prima, di una sceneggiatura scritta e, a prodotto finito, assumerà la specifica forma di una composizione in cui lo "stile" della scrittura è stato sostituito dall'intero apparato produttivo del cinema o della televisione. Così il medium non è più quello alfabetico, ma quello dell'immagine audiovisiva su supporto fotografico o elettronico (o naturalmente digitale, quando questo linguaggio lo voglia, per assecondare la creazione di prodotti narrativi o informativi affini a quelli del cinema e della televisione).

Con il termine "scrittura audiovisiva" intendiamo quindi sottolineare la natura della sceneggiatura che precede il testo audiovisivo o di questo stesso. Nel primo caso siamo effettivamente di fronte alla stesura di un testo scritto che tuttavia non è concepito per essere letto ma per funzionare da indicazione e "comando" ai fini della sua traduzione sullo schermo. Nel secondo caso forziamo ulteriormente il senso originario della scrittura, intendendo dire, con questo, che il testo audiovisivo come quello scritto gode di sintassi e di grammatiche (per quanto assai meno rinvenibili con pari certezza e codificazione). Naturalmente, a costituire la base teorica e pratica di queste due formulazioni sono le intuizioni dello strutturalismo (Propp 1928; Bachtin 1924-41) sulle forme stesse dell'immaginario. Tanto con la scrittura quanto con il testo audiovisivo siamo di fronte agli archetipi del mito e delle favole (cioè alla ricorrenza di situazioni e figure antropolo-

giche originarie continuamente rinnovate e rielaborate); siamo di fronte all'operatività della narrazione attraverso qualsiasi supporto, sia esso quello vocale dell'oralità, quello scritto della letteratura, quello visivo dello schermo. Ma la scrittura audiovisiva centra uno snodo essenziale della modernità, segnato dall'avvento del cinema: essa apre infatti territori di comunicazione a moltitudini che non potevano accedere a visibilità sociale per difetto di cultura e alfabetizzazione e ancor più per la conformazione socioantropologica delle loro quotidiane strategie di sopravvivenza. È su questa apertura che si è fondato lo sviluppo dei linguaggi del mercato e lo sviluppo dei media che ne sono derivati, dalla televisione all'interattività sensoriale e psicosomatica offerta dal computer.

Sensi
Francisсu Sedda

Noi non abbiamo un corpo, noi *siamo* un corpo (Nancy 1992). Questo corpo costruisce il suo spazio e il suo tempo e dunque si estende oltre la sua semplice presenza. Le protesi “naturali” di questo corpo sono i suoi sensi, che spostano e definiscono dei campi di presenza oltre l’involucro della pelle che in prima istanza sembrerebbe definirlo. I sensi si configurano in quest’ottica come degli “Io specializzati” che, situandosi alla periferia della nostra coscienza e avendo familiarità con determinati campi dell’essere (“mondo”), agiscono su nostra delega o semplicemente agiscono fuori dal nostro attivo controllo (Merleau-Ponty 1945).

La dinamica di estensione del corpo è prefigurata del resto in quel processo di “tecnologizzazione” e “artificializzazione” del corpo (Abruzzese, Borrelli 2000) che ha il suo esempio paradigmatico nell’“invenzione della mano” (Leroi-Gourhan 1964-65) – il fatto che l’uomo alzandosi in piedi guadagni la possibilità di utilizzare la mano, di farne un organo di manipolazione del mondo – che dà il via all’ominazione. Dunque il corpo non è il luogo del “naturale” ma anzi materia da in-formare attraverso “tecniche” (la postura, il passo, o tecniche e ritualità come il nuoto, la marcia ecc.), oggetto e strumento di questa produzione di pratiche tanto culturali quanto al limite dell’automatismo (Mauss 1936).

Del resto, il corpo ci sfugge continuamente. La trasformazione della carne in corpo (de Certeau 1980), del sentire in passione sociale condivisa (Greimas, Fontanille 1991) è sempre da fare: l’incontro con il mondo attraverso la percezione che riattiva il sentire mobilitando la carne è il mezzo di questa riapertura continua del senso. In quest’ottica si può ben dire che il corpo non è sola-

mente "esteso" ma prima di tutto "estesico" (dalla parola greca *áisthèsis*, "sensazione" che è alla base anche della parola "estetica"): ovvero ha al suo fondo una radice sensibile che giudica il mondo attraverso una primaria valutazione *timica*, "emozionale" (Geninasca 1997), una primaria attrazione/repulsione nei confronti di ciò che si presenta attraverso le nostre sensazioni (Heidegger 1927). È da questo fondo che si dipana il senso come articolazione di significati.

Ma se è ben vero che noi tendiamo a specializzare i sensi, la nostra matrice di esperienza del mondo è *sinestesica*, vale a dire vive di una compresenza e continua traduzione reciproca fra sensi, una sintassi inter-sensoriale, che solo fissando la nostra attenzione noi superiamo a favore di una "individuazione", sempre culturale, dei singoli sensi (Merleau-Ponty 1945; Fabbri 2002).

È a questa contrapposizione di fondo che pare riferirsi anche Marshall McLuhan (1964) quando distingue fra la specializzazione visiva favorita dalla stampa, e alla base della mente "alfabetica", e il recupero di una razionalità, di un "afferrare e assimilare", fondato sull'azione reciproca dei sensi, sul loro gioco metaforico ("…un fruttuoso incontro dei sensi, la vista trasposta in suono, il suono in movimento, in gusto, in odore") che verrebbe favorita dall'era "elettronica". E del resto per McLuhan i *media* in quanto protesi, estensioni dell'uomo, sono delle vere e proprie "metafore attive" che trasformano e trasmettono esperienza; degli organi aggiuntivi che nel loro apparire modificano i precedenti rapporti fra i sensi e che in base a ciò producono *effetti* sulle varie culture.

È dunque alla costruzione fenomenologica del senso che ci dobbiamo rifare per cogliere la "logica" di questi effetti. Se infatti "ogni sensazione è spaziale" lo è in quanto stabilisce un "ambito di coesistenza", uno *spazio*, fra noi e il mondo (gli altri, gli esseri, le istituzioni, gli oggetti): questo spazio – che per Merleau-Ponty è propriamente una "strutturazione della coscienza" –

può rivelarsi più o meno ampio, più o meno soffocante, opprimente e allucinante, più o meno affidabile e abitabile. È in base a questi differenti rapporti sensibili con le cose, le immagini, la storia che noi costruiamo e viviamo i nostri mondi (*come*) “reali”, “immaginari”, “onirici” e “mitici”.

Serialità
Sergio Brancato

La serialità non risponde soltanto all'esigenza, tipicamente industriale, di ottimizzare il rapporto tra risorse produttive e pratiche del consumo: essa si sviluppa anche in una modalità di narrazione immersiva assai prossima alle forme comunitarie premoderne di esperienza della vita, recuperando su un piano simbolico ciò che il Moderno ha estromesso dall'ordine del discorso (Propp 1928). La produzione seriale dei testi narrativi, dunque, innescandosi fin dagli albori dell'industria culturale, soddisfa il bisogno dell'individuo di connettersi all'idea collettiva di realtà in un mondo che la modernizzazione ha privato dei consueti meccanismi di socializzazione. Nella sua tendenza alla "ripetizione", all'iterazione quasi ossessiva di luoghi e figure del racconto, cogliamo non tanto il decadimento della creatività individuale – il suo riduttivo adeguarsi alla ricerca dello standard – quanto la ciclicità del rito, delle sue funzioni comunicative e simboliche, delle sue derive mitiche (Abruzzese 1984).

In questa prospettiva, la serialità è una delle categorie della modernità al pari del montaggio. Come il montaggio, essa influenza il nostro modo di vivere ordinando l'esperienza caotica del mondo metropolitano in un quadro di continuità e coerenza. La sua incidenza sociale cresce nel tempo, trasmigrando dalla periodicità diradata della stampa popolare e dalle dinamiche "laboratoriali" del feuilleton (primo importante snodo verso le forme moderne della serialità) fino alla rigida organizzazione quotidiana della radio (Minganti 1997). Negli anni Trenta, intorno all'istantaneità diffusiva del medium radiofonico, la serialità istituisce i suoi codici giornalieri e riassetta territorio, comportamenti, ruoli: la giornata non è più scandita solo dall'orologio (tempo dei mer-

canti e poi della fabbrica) ma dal palinsesto e dalle sue ricorrenze di generi e formati (tempo del pubblico e dei suoi riti).

In tale contesto socioeconomico, la serialità costituisce la soluzione strategica attraverso cui la trasformazione dei rapporti produttivi operata dai processi di industrializzazione trova una sua adeguata forma di traduzione sul piano dei rapporti sociali e della loro rappresentazione attraverso i linguaggi espressivi: in altri termini, il riconfigurarsi del territorio intorno al modello della fabbrica istituisce un principio "seriale" di realtà, in cui il racconto sociale si compie nelle narrazioni sinergiche di informazione e fiction. La serialità non finisce, ma nemmeno comincia: nel quadro strategico dell'industria culturale, fin dalle origini, ogni racconto lungo tende a farsi seriale, ovvero a inserirsi in una catena narrativa costantemente ordinata e scandita dall'avviso di servizio "continua". Anzi: "*to be continued*", in inglese, restituisce meglio il tono imperativo della serialità, che *deve continuare* per dare senso al racconto che costruisce socialmente la realtà e restituisce il significato profondo delle sue trasformazioni, tenendo insieme le "fratture" generate dal passaggio da una fase all'altra dell'identità moderna, dei suoi transiti tecnologici e comunicativi. Non si può, infatti, comprendere la serialità senza considerarne i passaggi di stato, per lo più legati all'emergenza delle nuove tecnologie della comunicazione. La serialità della letteratura di genere, del fumetto (Frezza 1987) o del cinema è diversa da quella della televisione e – ancor più – dalle dinamiche dei nuovi media, demassificanti e individualizzati, poiché diversi sono i territori umani e gli immaginari, i soggetti e i vissuti, le relazioni e le classi, i rapporti produttivi e sociali che tali linguaggi sottendono. La serialità del cinema è quella della "fabbrica dei sogni", con le sue modalità di organizzazione dei nessi tra istituzioni e ruoli individuali, mentre la serialità della televisione apre già una frattura nello spaziotempo me-

tropolitano classico – frattura che la neo e la post televisione tradurranno in una consapevolezza diffusa del passaggio epocale verso l'età tardo-industriale.

La storia della serialità, così, non può esimersi dal privilegiare la sociologia del consumo piuttosto che le estetiche dei linguaggi. Aprendo il testo in maniera definitiva, sospendendone la determinazione alla fine ed esaltandone la vocazione all'immanenza (l'essere nell'attualità, un *presente* costantemente ritrovato), la serialità televisiva si differenzia radicalmente da quella cinematografica: prima delle serie tv, sembra suggerirci Edgar Morin nel suo libro sui divi, la serialità è garantita dal corpo stesso delle star hollywoodiane (la star non tradisce il proprio statuto per continuare a darsi come oggetto serialmente riconoscibile e in grado di ricondurre ogni racconto cui partecipa al quadro generale della serie). Tuttavia, se guardiamo alle trasformazioni, anche di "dimensione", che hanno avuto luogo nel piccolo schermo del video, troviamo che il pubblico non si identifica più nella trascendenza e nella monumentalità della star, ma piuttosto nella rete di relazioni e conflitti tra i personaggi della fiction seriale lunga. Personaggi che, destituiti della sacralità dello star system, si avvicinano a noi per dimensioni fisiche e per modelli di comportamento, fino a coincidere esattamente con noi nella figura del concorrente del *reality show* alla *Big Brother*, che dimostra come la serialità non affianchi la nostra esistenza ma la comprenda e, per molti versi, la fondi.

Silenzio

Francesco D'Amato

Il termine musica non indica "qualsiasi" organizzazione di suoni ma quelle che vengono riconosciute attraverso saperi e convenzioni, che consentono di comprendere tali combinazioni come "tipi" di musica. Su basi analoghe, si può definire il rumore come un'organizzazione di suoni non comprensibile entro le cornici musicali della specifica cultura che la definisce in questi termini. Il silenzio appare invece come rifiuto di un agire comunicativo strutturato tramite la manipolazione e l'organizzazione intenzionale degli eventi sonori, evadendo così il problema di aderire o meno a formulazioni istituzionali e implicando piuttosto l'accettazione di un ordine accidentale dei suoni.

La produzione di rumore può allora essere intesa come "aggressione" all'ordine musicale istituzionalizzato (Attali 1977) o – in linea con la sua concettualizzazione nella "teoria dell'informazione" – come "disturbo" che impedisce l'efficace trasmissione di un contenuto codificato da parte di un'emittente; in definitiva una combinazione di suoni che non aderisce ai codici istituzionalizzati, inadeguata rispetto alle convenzioni e alle aspettative, "spiazzante".

In tal senso induce generalmente una contromisura: o un'azione di censura o una riorganizzazione e ampliamento del frame, in modo da istituire e comprendere le nuove combinazioni sonore come musica. Quest'ultimo caso sostanzia la dialettica "musica-rumore" che ha spesso funzionato come chiave di lettura della dinamica rigenerativa della musica, tanto all'interno di generi colti quanto di quelli "popular" – istituzionale *vs* avanguardia, mainstream *vs* underground, formalizzato *vs* spontaneo e "autentico", ecc. – estendendone le grammatiche performative e rilanciandone i confini. Nel primo caso, invece, il si-

lenzio imposto alle fonti di rumore può assolvere alla funzione di censura.

D'altra parte un silenzio generalizzato e non imposto può essere inteso, nell'ottica di chi ascolta, come sottrazione di un contenuto: un'esperienza in realtà impossibile e inumana – il silenzio "assoluto" non esiste in presenza di vita – che nella quotidianità dipende dal grado di attenzione che influisce sulla soglia della percezione uditiva. Ogni "sottrazione" volontaria, ogni silenzio assunto come contenuto della comunicazione, può costituire allora un gesto di redirezionamento dell'attenzione e di apertura "accidentale" allo spazio circostante, di neutralizzazione dell'intenzionalità discriminante del performer, di svuotamento del testo e confluenza in esso di un contesto non manipolato. È questo il senso che John Cage attribuisce alla sua *4'33"*, quattro minuti e trentatré secondi di una performance del tutto "silenziosa", eccezion fatta per i "rumori" del pubblico che tendono a diventare il centro gravitazionale dell'ascolto. L'intento esplicito dell'autore è di indurre un'estensione della coscienza "musicale" oltre gli argini delle convenzioni istituzionali. È il tentativo forse definitivo di superamento della dialettica "musica-rumore-nuova musica", di abbattimento degli argini fra musica e quotidianità, non più intesa come risorsa per nuovi atti di manipolazione (come nel futurismo) ma in quanto spazio dei suoni "in sé" (ossia "liberati" dell'intenzionalità produttiva di un performer). Sebbene il silenzio sostanzi il contenuto di un'opera musicale, dotata di nome e partitura, alla musica non è più assegnata alcuna funzione comunicativa o espressiva, non le viene attribuito alcun significato, nessun rimando ad "altro da sé".

Queste ultime considerazioni configurano lo spazio per nuove coordinate di riflessione: si tratta dell'ultima trasgressione "alla" musica o "della" musica? Fintanto che appare come "contenuto" di un atto comunicativo, può il silenzio non figurare come "massima estensione del linguaggio"? È interessante riportare nell'ambito di queste

domande anche la letteratura sociosemiotica che recentemente ha valorizzato il silenzio come antitesi al rumore dei media, riprendendo peraltro l'ideologia dell'assoluta trasparenza del mondo voluta dal primo progetto della cibernetica, quello teso a evitare che la società potesse ricadere nella catastrofe atomica proprio a causa di una comunicazione "falsa" per eccesso di rumore.

Soglia

Alberto Abruzzese

L'attribuzione di un potere quasi magico e il riconoscimento di una forte valenza simbolica alla soglia e all'idea di soglia (nel suo significato più comune di luogo di transito tra un "dentro" e un "fuori" genericamente intesi, visto dunque come elemento ambiguo, di separazione e unione nello stesso tempo) hanno origini lontane e si trovano spesso legati a doppio filo alla parola, alla comunicazione.

Nella Grecia antica la protezione della soglia di casa era affidata a un oggetto bene-dicente – l'*oscillum*, un dischetto di terracotta con due fori alla sommità destinato a essere appeso sull'uscio – sul quale erano incise epigrafi che dovevano impedire l'ingresso delle forze ostili nello spazio dell'intimità domestica, magari spaventandole con l'immagine della Gorgone e frasi come "Eracle abita qui. Non entri alcun male" (Guarducci 1987). Dalla soglia di casa la parola giunge fino alle soglie della città, ai confini, ai limiti dello spazio urbano: la funzione del *pomerium*, il perimetro sacro di Roma, era per l'appunto quella di circondare un luogo nascente, di dargli forma e regola anche attraverso la parola. All'origine dell'Urbs c'è infatti un momento fondativo doppio. Il primo è un atto materiale: la traccia, il solco primigenio inciso dall'aratro nella terra per separare geometricamente una porzione di spazio "ritagliandola" dal tutto indistinto in cui si trova immersa (Zanini 2000). È l'invenzione del luogo e delle sue frontiere, un atto distintivo. Il secondo è un atto simbolico: la circoscrizione della città, da parte degli auguri, attraverso la recitazione di una formula che la rendesse *locus effatus et liberatus*, ossia luogo "delimitato dalla parola" e liberato (Giardina 2000). Un atto comunicativo, dunque, che segnava il punto in cui avevano limite gli auspici urbani.

Al di qua del perimetro, Roma, le leggi divine e quelle terrene. Fuori, lo spazio aperto, indefinito, incerto, lo spazio del non-detto, dell'ineffabile, del non-inaugurato. Meglio, lo spazio non ancora inaugurato e comunicato. In mezzo, la soglia.

La soglia introduce tra un campo e l'altro dell'esperienza. Sta sul limite tra interno ed esterno, buio e luce. Ordine e disordine. Vita e morte. È per eccellenza la zona liminare tra sacro e profano (Turner 1982). Nel sacro non v'è altra soglia se non quella che divide la dimensione arcana del mondo dai regimi sociali che lo governano, ciò che nel sacro si confonde da ciò che nei legami religiosi e statuali viene separato. E tuttavia all'interno della vita quotidiana la soglia svolge sempre un ruolo analogo al disordine del sacro, ripropone riti di rigenerazione, avventure iniziatiche, violente commistioni dei sensi, performance simboliche. Sui bordi tra un dominio e l'altro del senso si aprono varchi e transiti imposti da forti sconvolgimenti emotivi, dalla paura per ciò che non è più e tuttavia non è ancora, là dove la sicurezza e la felicità promesse dalle istituzioni della politica svaniscono. La soglia è un luogo senza spazio, tutto nel tempo dell'indecisione tra un regime espressivo e un altro, tutto nell'anticipazione della scelta da fare, della svolta da dare alla propria soggettività. La soglia nega l'ordinata suddivisione della vita sociale in mappe geopolitiche ed emerge invece nella fluidità dell'abitare, cioè nelle forme vive del territorio, insorgendo a separare la sua tessitura, spezzandone l'uniformità, facendolo slittare e sprofondare in altro territorio, a seconda che tali forme vi si sentano appaesate o desiderino linguaggi più efficaci per essere nuovamente appagate. Attraverso la soglia passa la trasgressione di chi viaggia oltre la propria originaria appartenenza, oltre le leggi che lo vincolano a restare; così come passa il nemico, l'invasore che pretende di colonizzarti, di trasformare la tua casa in esilio, di deportarti nel proprio territorio.

I media si sono andati articolando in una sequenza progressiva di territori: parola, scrittura, immagine, musi-

ca, fotografia, cinema, radio, televisione, reti telematiche. In ciascuno di questi media sono apparse soglie varcate e da varcare. Prima, esse si aprono all'interno della tenitura formale del singolo territorio e dunque della sua specifica significatività sociale, producendo vuoti o emergenze di un nuovo senso delle cose, teso a trasformare, sino a violentarlo e lacerarlo, ciò che tale territorialità non ha più o non ha ancora la vocazione di donare. È un procedere contro la natura dei suoi linguaggi e dei suoi soggetti, dei suoi nativi. Infine, al culmine di questi mutamenti interni, le soggettività che li hanno prodotti si aprono verso un altro territorio che ricompone le rovine del precedente in una nuova tessitura. E così via, di passaggio in passaggio. Da soglia a soglia: le metamorfosi interne della scrittura metropolitana portano al cinema, lo pro-ducono; quelle del cinema e della radio in-ducono alla televisione; quelle della televisione al cyber space. Avvicendamento che mostra sempre una sua continuità, ma di cui troppo spesso non si mette in risalto la discontinuità, il valore politico delle fratture paradigmatiche su cui si fa possibile.

I testi audiovisivi sono attraversati da innumerevoli soglie: porte che – come nella celebre favola di Barbablù – non debbono essere aperte perché vi sono racchiusi i segreti del mondo, i sacrifici dovuti al sacro, la morte che non si distingue dalla vita. Porte attraverso le quali entrano gli assassini o fuggono le vittime. La natura tecnica degli schermi analogici prefigura tutti questi movimenti, stabilisce le funzioni sociali che ogni soglia deve assumere nel racconto. I conflitti e le mediazioni che deve realizzare. La natura tecnica dei linguaggi digitali consente – si pensi ai videogames – di scegliere le proprie vie d'ingresso e di fuga. Deve ancora il suo immaginario alle spaziature territoriali della tradizione moderna, alle architetture dei suoi rapporti di potere, delle loro gerarchie. Ma la virtualità dei new media potrebbe finalmente donare, ai soggetti che se ne volessero fare espressione, il varco per nuovi territori dell'immaginazione. Nuove architetture dell'abitare.

Sottoculture
Stefania Parisi

Ogni definizione di cultura e di oggetto culturale è inevitabilmente parziale perché strettamente dipendente dal punto di vista assunto dall'osservatore: i confini che delimitano le province di significato di concetti tanto estesi sono incerti, sfumati e soprattutto mobili. Una considerazione simile, per quanto ovvia, è ancora più vera e valida per i fenomeni cosiddetti sottoculturali, sotterranei per definizione, multiformi e mutevoli.

Underground, culture alternative, subculture, controculture. Esistono parole diverse per indicare queste culture minori, in qualche modo *altre* rispetto a quelle "ufficiali", riconosciute e socialmente legittimate. La contestazione e la ribellione antiegemonica di cui esse si fanno portavoci sono espresse e rese pubbliche a un livello particolare, superficiale in senso stretto, esterno. Le sottoculture parlano infatti i linguaggi plurali degli stili e delle tendenze, si declinano nei *look*, si appropriano di valori, simboli, oggetti e ritmi pescati nel quotidiano, li masticano, rimasticano, digeriscono e infine metabolizzano fino a farli propri solo dopo averli cambiati di segno. Per quanto apparentemente chiuse e autoreferenziali, volontariamente confinate nei ghetti della non comunicazione e dell'autocompiacimento, le sottoculture sono, a uno sguardo più esperto o anche solo più attento, vere e proprie forme comunicative produttrici di senso. La forza delle sottoculture è tutta giocata nel contrasto tra l'invisibilità del sottosuolo, il segreto di chi abita una zona nascosta, inaccessibile ai più, che sta per l'appunto "sotto", e la visibile ostentazione della differenza dei codici, degli abbigliamenti, dei rituali e delle pratiche, anche di consumo.

Nel suo ormai "classico" saggio sulle sottoculture inglesi dal secondo dopoguerra alla fine degli anni Settanta

Dick Hebdige (1979) offre spunti interessanti per una riflessione che eviti cadute nelle due più comuni e opposte interpretazioni (devianza sociale *vs* integrazione più o meno consapevole nelle logiche consumiste). Dal tentativo di trovare nelle sottoculture un senso finito, compiuto e riconoscibile o un'interpretazione univoca, l'attenzione si sposta così alle pratiche attraverso le quali il senso delle cose (oggetti e simboli del quotidiano) viene spezzettato, invertito, maneggiato e infine ricomposto in un *collage* creativo. Una creatività che non è quindi creazione "pura", quanto piuttosto trasformazione dell'esistente (ciò che è appunto per Hegel l'arte moderna). Non si deve ai punk l'invenzione delle spille da balia né ai mod quella della lambretta, ma la rottura con il senso comune è stata ormai compiuta, lo *choc* comunicativo ha avuto successo e certi accessori definiscono particolari "tipi" sottoculturali.

Delle sottoculture, rocker, skin, mod, hippy, punk, glam – che oggi si potrebbero definire "storiche" – e di tutte le altre, dal dark fino al grunge e oltre, di qualche tempo più recenti e per alcuni aspetti "debitrici" verso le prime, restano oggi sacche di fedelissimi sempre più esigue, una vasta produzione musicale (in parte nota e in parte composta di "chicche" e rarità per "addetti ai lavori") e la memoria degli stili e dei simboli, un patrimonio accettato e divenuto vendibile (perché ormai spogliato delle iniziali connotazioni controculturali) e dunque sempre più spesso saccheggiato dall'industria della moda. Si pensi ai trend stagionali proposti dagli stilisti, che popolano di volta in volta le passerelle di abiti neo-hippy o neo-gothic, ai tagli di capelli "afro" o a quelli impeccabili e impomatati da "teddy-boy", agli accessori *bondage* e sado-maso rivisitati dal punk e dal neo-punk o alle gonne a ruota e alle code di cavallo stile "college americano" anni Cinquanta. Gli elementi "rubati" alle sottoculture servono a differenziare i prodotti rendendoli "originali", apparentemente "trasgressivi" e dunque maggiormente appetibili per pubblici-consumatori alla ricerca di unicità e

"specialità". La moda ammicca alla strada, al disordine e alla confusione se non addirittura all'emarginazione: è il caso dell'hip-hop o dell'immagine dei rapper, che hanno le loro radici nei quartieri-ghetto delle metropoli statunitensi, luoghi dell'esclusione e tuttavia dell'orgoglio identitario che si manifesta nell'atteggiamento, negli stili, nei proclami e nei consumi dei giovani afroamericani.

Le sottoculture bruciano i loro cicli vitali nella tensione continua tra reinvenzione, innovazione, diffusione e riconduzione/riduzione del proprio potenziale creativo (rigorosamente "ripulito") entro i confini rassicuranti della sfilata. Dai quadri a tinte scure del sottosuolo alle cornici scintillanti illuminate dai riflettori della ribalta. Dalle periferie sottoproletarie o dalle zone intermedie della working class alle vetrine della Quinta Strada, degli Champs Elysées, di via Montenapoleone o di piazza di Spagna.

Spazio
Alberto Abruzzese

> Lo spazio è soltanto un'attività dell'anima, è soltanto il modo umano di collegare in visioni unitarie affezioni sensibili in sé slegate (Simmel 1908).

Con questa osservazione Georg Simmel introduce a una lettura dello spazio che riflette le profonde modificazioni della vita quotidiana nel contesto metropolitano. A partire dall'analisi delle diverse caratteristiche dello spazio – esclusività, presenza dei confini, fissazione, vicinanza/distanza, migrazione – Simmel insiste sulla capacità che queste hanno di influenzare le relazioni sociali e dunque di diversificare percezioni ed esperienze. Sono di volta in volta le proprietà spaziali a creare le condizioni per l'instaurarsi di particolari forme relazionali, proprietà a priori in senso kantiano – eppure modificabili nel tempo – capaci di produrre le diverse costellazioni dell'esistenza. Lo spazio è, in definitiva, la condizione necessaria alla configurazione delle cose. Ed è quest'ultima a suscitare il nostro interesse più che lo spazio di per sé: un grande impero viene percepito come tale non già in base all'ambito geografico che occupa ma per le "forze psicologiche che tengono politicamente insieme gli abitanti di tale territorio" (ib.). Lo spazio significa per ciò che contiene, per le forme di convivenza che produce al suo interno e in questo senso appartiene alla società, a ciò che vi accade. Si definisce attraverso l'esperienza di chi lo abita. Questo approccio alla spazialità esalta le potenzialità dei soggetti, le loro "attività dell'anima", i sensi di cui sono dotati e attraverso i quali entrano in contatto con la vicinanza e la distanza, con il limite, il confine e l'appartenenza, con la dimora e la sua assenza. La modernità è segnata da una esperienza dello spazio strettamente connessa alle caratte-

ristiche dell'economia monetaria. Simmel, nell'analizzare il carattere della "fissazione", sottolinea quest'aspetto anticipando la riflessione contemporanea sugli effetti della rete nell'ambito delle relazioni intersoggettive "con l'imporsi dell'economia monetaria e della divisione del lavoro, una 'rappresentanza' sempre più vasta delle prestazioni immediate rende in larga misura superflua la presenza degli individui" (ib.). E ancora, relativamente alle caratteristiche della "vicinanza e della distanza sensibile tra le persone che stanno tra loro in una qualsiasi relazione", Simmel osserva come siano le relazioni "oggettivo-impersonali", basate sull'intellettualità tipica del moderno, a poter fare a meno della vicinanza" (ib.). Il denaro è l'elemento in grado di modificare i processi di interazione e dunque le modalità di esperire lo spazio, in quanto produce effetti a così largo raggio da rendere ineffettuale la distanza fisica tra i soggetti.

Una evidente eco della riflessione simmeliana si ritrova nell'analisi di Anthony Giddens sulla separazione dello spazio dal luogo come uno dei principali requisiti della modernità contemporanea e sulla conseguente disaggregazione (*disembedding*) dei rapporti sociali dai contesti locali dell'interazione. La moneta, appunto, è il più significativo "emblema simbolico" che consente la distanziazione spazio-temporale grazie alle transazioni tra individui separati nel tempo e nello spazio (Giddens 1990).

Dal punto di vista dei mezzi di comunicazione, la vastissima letteratura scientifica sullo spazio può essere semplificata mettendo in rilievo solo due direzioni tra le tante ricerche storiche, sociali, empiriche e teoriche compiute nel campo dei media tradizionali e dei new media. La prima direzione è la più semplice, anche se individua un evento epocale clamoroso. Si tratta del filone di studio che fino a oggi ha avuto più peso. Qui lo spazio costituisce – inevitabilmente connesso al fattore tempo – la realtà fisica, materialmente irriducibile, delle dimensioni e dunque distanze che hanno ostacolato ma proprio per questo

anche stimolato il progredire dei mezzi di informazione, quindi la crescita dei processi di produzione e di socializzazione così come delle transazioni commerciali, delle relazioni nazionali e internazionali. Da questo punto di vista, lo snodo da fissare durante la lunghissima durata di questo sviluppo è nel momento in cui la velocità delle tecnologie di comunicazione supera la velocità dei mezzi di trasporto. La propagazione della parola, scritta e parlata, e dell'immagine, disegnata e fotografata, così come della musica (spartito o fonografo, disco) e del cinema (pellicola), è dovuta in tutto dipendere dalla velocità dei mezzi di locomozione (cavallo, carrozza, nave, treno, automobile, aereo, ecc.) sino a quando non si sono affermati mezzi come il telegrafo (per la scrittura), come il telefono e la radio (per la voce), come la televisione (per l'immagine). Questa svolta avviene quasi interamente nel Novecento che, in tal modo, si rivela non solo come il secolo della relatività, mettendo in discussione la realtà stessa delle categorie del tempo e dello spazio, avviata sul piano empirico dallo sviluppo dei mezzi di trasporto, ma anche come l'epoca in cui la tecnologia dei media, riducendo a zero i tempi di trasmissione tra stazione emittente e stazione ricevente di qualsiasi forma di riproduzione o finzione della realtà, azzera anche la qualità estensiva dello spazio. Marshall McLuhan ha descritto assai bene le conseguenze di questo processo attraverso la metafora del "villaggio globale", un mondo fatto improvvisamente tanto piccolo dalla potenza comunicativa dei media radiotelevisivi da esprimersi non nelle qualità estensive dei suoi territori geopolitici ma direttamente nelle qualità intensive dei suoi linguaggi. Ecco perché medium e messaggio sono la stessa cosa: non perché il mezzo si imponga come contenuto della comunicazione ma, al contrario, perché il soggetto che fa da contenuto reale del messaggio ha cambiato sostanza, corpo, abita un mondo che non è più quello in cui i mezzi di trasporto andavano più veloci dei mezzi di comunicazione, si muove dunque alla loro stessa velocità.

Il vasto panorama analitico fornito da McLuhan a partire dagli anni Cinquanta, interamente fondato sulle trasformazioni percettive soddisfatte e innestate dalle innovazioni tecnologiche in quanto protesi del corpo, ci aiuta assai bene a capire la seconda direzione che si può dare allo studio dello spazio una volta messo in relazione stretta con le cause e gli effetti dei media. Si tratta di un filone di ricerca che, al contrario del precedente, è poco frequentato e comunque assai più nei campi della filosofia e della sperimentazione artistica che nelle sociologie della comunicazione. Infatti lo spazio, concepito nei termini della tradizione sociologica, resta vincolato a teorie che, pur riconoscendo una differenza sostanziale tra spazio fisico e spazio sociale, cioè l'insieme di relazioni fornite di senso che supportano un determinato contesto territoriale, finiscono per interpretare questa seconda dimensione, propria della vita vissuta, in un quadro sistematico molto rigido, sostanzialmente statico. Non nel senso che non vengano messi in rilievo gli sviluppi di un sistema sociale, magari anche riconoscendo il ruolo che i linguaggi espressivi vi hanno potuto svolgere, ma riportando ogni mutamento sempre allo stesso modello di società, dunque di spazio. Rispetto a questa determinazione dello spazio sociale negli stessi termini di uno spazio fisico, anche fattori esplosivi come l'innovazione delle piattaforme espressive delle relazioni sociali non mutano la sostanza dell'esperienza sociale ma solo le sue articolazioni interne. Le osservazioni di Simmel sull'esperienza metropolitana, quelle di Benjamin sulla riproducibilità tecnica e infine quelle di McLuhan, fanno da utile retroterra per condividere un approccio al problema assai diverso, indicato in particolare da Derrick de Kerckhove e Pierre Lévy.

Se è condivisibile la tesi socioantropologica per cui l'ambiente di una comunità – cioè il luogo dell'abitare, lo spazio della vita di relazione – è il risultato di una progressiva manipolazione della natura e dunque di un processo inarrestabile di artifici dettati dalla necessità, allora

risulta assai difficile separare la qualità dello spazio dalla qualità dei mezzi di comunicazione. E il tempo della modernità risulta essere appunto il momento in cui per costruire uno spazio sociale si è passati decisamente all'uso degli oggetti di consumo, al linguaggio delle merci e all'efficacia dei mezzi di comunicazione: prima la stampa, poi il cinema, infine la televisione. E dopo tutto questo il computer. La forza poietica, cioè creativa, di questi fattori dello sviluppo delle forme sociali non può essere ridotta in un modello statico. Essi non possono essere lasciati al posto che è loro destinato da un impianto cognitivo sostanzialmente debitore ancora delle logiche della distinzione paleoindustriale tra strutture e sovrastrutture sociali. A volere usare questo linguaggio, tutta la storia del Novecento dimostra il definitivo emergere delle sovrastrutture espressive e lo sprofondare delle strutture materiali. Lo spazio del mondo contemporaneo, dunque, dopo i millenni che lo hanno vincolato alla terra, dopo i tempi lunghi del libro e della scrittura – prima poderosa forma di deterritorializzazione dello spazio sociale – e dopo i secoli del commercio e delle merci (dal tardo Medioevo al capitalismo avanzato), ha fatto convergere tutti questi diversi piani espressivi nella qualità integralmente metaterritoriale delle reti televisive e infine delle reti telematiche. Che dentro la fluidità di questo spazio entrino in conflitto costruzioni e percezioni di altre spazialità, antiche o nuove che siano, è sicuramente ancora dimostrabile con i vecchi strumenti della sociologia, ma altrettanto certamente a patto che essi non vengano applicati sperando di ritrovare un sistema di riferimento che – secondo una pericolosa congiunzione, tipicamente moderna, tra ideologia e metodo scientifico – rimetta in piedi una compatibilità possibile tra spazio fisico e spazio sociale.

Spettacolarizzazione
Alberto Abruzzese

L'atto di rendere spettacolare un oggetto, sia esso un testo, un edificio o un evento. Processo espressivo che rafforza ed enfatizza qualsiasi forma di rappresentazione al fine di conferirgli più visibilità e più potenza. Applicazione di dispositivi che hanno la loro antica radice nei rituali sacri e profani con cui la messa in scena sul territorio trasforma la misura ordinaria di una figura o di una cosa in una misura di intensità pari o superiore a quella della massa spettatrice (come ad esempio il Colosso di Rodi). Strumento di dominio sulle passioni e sull'immaginazione, assolve in tal modo il compito di provocare nei singoli meraviglia, partecipazione, consenso. La spettacolarizzazione consiste quindi in suggestioni materiali e immateriali ottenute per mezzo di artifici elaborati a immagine e somiglianza della magnificenza della natura o divina. Si tratta di un dispositivo fondamentale per evocare sensazioni collettive. Nella modernità, spettacolarizzazione e massificazione sono avanzate facendo perno l'una sull'altra. I processi di spettacolarizzazione hanno dunque investito la pittura e la città, la messa in scena teatrale e urbana (ad esempio le prime lezioni di anatomia furono oggetto di spettacoli in piazza, nell'Ottocento l'esposizione dei cadaveri degli assassini metropolitani faceva pubblico). Stessi processi di eccitazione ottica hanno investito anche la scrittura, attraverso una riorganizzazione del testo volta ad attivare una percezione visionaria (si pensi a Edgar Allan Poe). Anche la radio ha subito tentativi di massima suggestione spettacolare (si pensi all'invasione dei marziani simulata da Orson Welles), seppure in forme inevitabilmente minori rispetto al cinema e alla televisione. Infine l'insieme di questi processi si è spinto a caratterizzare la dimensione complessiva dell'abitare moderno, trasfor-

mando in spettacolo ogni immagine ma anche ogni forma di percezione, sino a costituire l'essenza stessa dello spirito del capitale (Debord 1967).

È nell'ambito delle strategie della comunicazione commerciale che la spettacolarizzazione, dopo i luoghi originari del mercato urbano, delle feste e delle fiere, ha trovato il suo momento di massima espressione territoriale, dalle Esposizioni Universali ai manifesti pubblicitari, al cinema e poi alla televisione degli spot pubblicitari. Lungo questo lungo percorso, i dispositivi della spettacolarizzazione hanno agito sempre più sui territori percettivi forniti dallo schermo. Il passaggio dal gigantismo degli schermi cinematografici alla miniaturizzazione del televisore è stato compensato dal flusso permanente di immagini di fiction sempre più sovrastanti l'esperienza quotidiana, da un regime di festa permanente e capillarmente diffuso. È stato il vincolo sempre più stretto tra linguaggi degli oggetti di consumo e linguaggi dei mass media a intensificarne la direzione. La spirale che integra apparati della comunicazione e lusso dei flussi pubblicitari si è andata riflettendo anche su specifici fenomeni di spettacolarizzazione dell'informazione (della politica, della scienza) così come delle tecniche e dei contenuti della fiction (scenografie, divi, effetti speciali, sublime tecnologico).

Grande spettacolo e grande emporio dei consumi diffusi appartengono dunque alla medesima esperienza moderna. Si è trattato di una dinamica che ha messo progressivamente in luce ciò che prima era celato nel retroscena, nell'ombra; ha messo in pubblico ciò che prima era privato (Meyrowitz 1985). Contrariamente a quanto sostengono alcuni ricorrenti pregiudizi ideologici, l'effetto di questa dinamica è stato un fattore di mutamento essenziale per lo sviluppo delle democrazie contemporanee, emancipando socialmente una serie di figure che, in assenza dei dispositivi di spettacolarizzazione delle relazioni umane, non avrebbero potuto rendersi visibili, restando al di qua delle soglie di visibilità e dunque di piena legittimazione

sociale su cui si fondano gli ordinamenti e i linguaggi civili. Al culmine ed esaurimento delle stretegie di spettacolarizzazione si apre un nuovo ciclo. Con la demassificazione postmoderna e i new media, l'imponenza dei processi di spettacolarizzazione sembra disaggregarsi e così pure il vincolo tra visibilità dei prodotti e forme collettive dello spettacolo.

Stampa di massa
Davide Borrelli

La pubblicazione del quotidiano «New York Sun» nel 1833 per iniziativa del tipografo Benjamin Day ha inaugurato l'epoca della stampa di massa. Questo giornale riuscì a raggiungere tirature altissime per l'epoca, per effetto sia del modesto prezzo di vendita (un penny, da cui la definizione di *penny press* attribuita a questo tipo di quotidiani) sia del livello facile e popolare degli articoli pubblicati. La stampa di massa del XIX secolo è figlia essenzialmente di un'innovazione tecnologica e di una trasformazione sociale. L'innovazione tecnologica fu l'applicazione della macchina a vapore al torchio da stampa, realizzata da Friedrich Koenig nel 1814, che consentì di incrementare fino a quattro volte la produzione di fogli nell'unità di tempo rispetto ai sistemi di tipografia artigianale. La trasformazione sociale fu il prodotto di vari fenomeni politici ed economici, come la democratizzazione della vita politica, l'ascesa delle classi medie e lo sviluppo dell'economia di mercato. L'insieme di questi processi socio-tecnici consentì la formazione di un pubblico di massa, che alimentò la domanda di informazione popolare come strumento di partecipazione alla vita sociale e civile della nazione. Altro anno fondamentale per lo sviluppo del giornalismo moderno è il 1886, quando viene brevettata la linotype, macchina che accelera i tempi della composizione tipografica assicurando maggiore tempestività alla diffusione delle informazioni.

La stampa di massa americana del XIX secolo aveva caratteristiche ben diverse da quelle dei giornali europei del secolo precedente. Questi venivano distribuiti per lo più per abbonamento o nei caffè, si rivolgevano solo all'élite borghese e funzionavano come organi di quell'opinione pubblica, studiata da Habermas, che si andava formando e

mobilitando per loro tramite con l'obiettivo di controllare o esercitare pressioni alternative al potere monarchico. Il giornale di massa era invece venduto per strada dagli strilloni, non aveva funzioni immediatamente politiche ma era una vera e propria impresa che operava in una dimensione di mercato e quindi aveva come prodotto sì l'informazione, ma in un suo specifico trattamento emotivo, attrattivo. È la ricerca del profitto a spiegare la prevalenza di notizie di cronaca a carattere sensazionalistico. Proprio per la sua dimensione strettamente commerciale, la libertà di stampa in USA non era soggetta ai vincoli previsti dalle legislazioni europee, né limitata da barriere d'ingresso, sicché ciascuno poteva pubblicare un quotidiano senza procurarsi licenze o autorizzazioni governative.

La stampa di massa è un elemento strutturale del sistema democratico poiché fornisce a cittadini di una società ormai senza più i leader carismatici dell'*Ancien Régime* un efficace strumento per "parlarsi tutti i giorni senza vedersi e procedere d'accordo senza riunirsi", come ha osservato Alexis de Tocqueville (1835-40), attento osservatore della nascente democrazia americana nel XIX secolo. Attraverso i giornali a grande tiratura, i cittadini della democrazia americana erano in grado di maturare la loro coesione attraverso uno sguardo e una coscienza collettiva, condizioni indispensabili anche per mobilitarsi politicamente. Dovunque si è diffusa, la stampa di massa ha ridisegnato la geografia sociale in forza della sua capacità di associare individui lontani e sconosciuti fra loro in comunità legate da identità di esperienze e di valori, immerse in un tempo omogeneo perché quotidianamente coltivati dalle stesse fonti di informazioni (Anderson 1983).

Si può osservare che la condizione del lettore del giornale di massa presenta significative analogie con il lavoro astratto e automatizzato dell'operaio nell'industria del XIX secolo. Sui giornali le notizie sono pubblicate in formato breve, in modo organizzato, intelligibile, e prive di connessione tra loro, esattamente come nella fabbrica il lavo-

ro viene eseguito attraverso sequenze scandite, standardizzate e in modo tale che gli operai, affidati a operazioni tra loro distinte, siano isolati gli uni dagli altri. Comune alla lettura del giornale e al lavoro in fabbrica è anche una profonda trasformazione del significato e del valore dell'esperienza personale. Per effetto dei giornali di massa il racconto viene soppiantato dalla "notizia" come dispositivo di circolazione sociale della conoscenza. Mentre il racconto assicurava la leggibilità dell'informazione in una prospettiva di continuità con le categorie e le forme simboliche dell'esperienza pregressa, il giornale lavora sulle *news*, le "novità", mirando alla produzione di eventi puri e discontinui, distillati da ogni troppo evidente mediazione con il passato. La continuità è voluta e garantita attraverso i dispositivi della ripetizione e della variazione. In questo senso, il giornale si rivela un medium particolarmente congeniale alla modernità, della quale Charles Baudelaire ha messo in evidenza il carattere "transitorio, fuggitivo, contingente".

Nel XIX secolo comincia dunque una nuova era del giornalismo e si verifica la condizione descritta da Robert Musil (1880-1942) per cui "la probabilità di apprendere dal giornale una vicenda straordinaria è molto maggiore di quella di viverla personalmente", al punto che nell'esperienza moderna "l'essenziale accade nell'astratto, e l'irrilevante accade nella realtà". Il passaggio dalla stampa tradizionale a quella di massa ci rimanda alla stessa differenza che secondo Tocqueville distingueva il giornalismo europeo da quello americano.

> Lo spirito del giornalista, in Francia, consiste nel discutere in modo violento, ma elevato e spesso eloquente, i grandi interessi dello stato (...). Lo spirito del giornalista, in America, consiste nello stimolare grossolanamente, senza preparazione né arte, le passioni di coloro cui si indirizza il giornale, nel lasciare i principi per impadronirsi degli uomini, seguirli nella vita privata e metterne a nudo le debolezze e i vizi (Tocqueville 1835-40).

L'incredibile proliferazione di quotidiani spiega una delle caratteristiche peculiari della stampa di massa, quella che sempre a Tocqueville parve un elemento di "scarsa potenza", ovvero la sua incapacità di mobilitare grandi correnti di opinione intorno a questioni civili o politiche. Il fatto è che

> le opinioni personali espresse dai giornalisti [...] non hanno alcun peso agli occhi dei lettori. Quello che essi cercano in un giornale è la conoscenza dei fatti; e non è alterando o snaturando questi fatti che il giornalista può ottenere qualche influenza (ib.).

E questa è una svista – sottovalutare il potere di un'informazione che riguarda la vita quotidiana piuttosto che i suoi poteri istituzionali – in cui ricadranno molti teorici dei media televisivi e molti sociologi della politica.

A partire dalla seconda metà dell'Ottocento – con variazioni che oscillano secondo i diversi gradi di sviluppo dei contesti nazionali – il modello della *penny press* americana si afferma anche nel vecchio continente. Lo accolgono dovunque allarmate deplorazioni che accusano la stampa popolare di banalizzare e di imbarbarire il confronto politico attraverso la pubblicazione di notizie tese a sollecitare le curiosità più estrinseche e superficiali dei lettori. Ma non mancò già allora chi sottolineava che la stampa di massa avrebbe contribuito a rendere più accessibile e quindi a democratizzare la politica, avvicinandola ai bisogni e agli interessi della gente comune.

Con l'avvento dei media audiovisivi, tuttavia, il ruolo della stampa di massa, pur entrando in modo definitivo e integrato nelle logiche della società dello spettacolo e diversificandosi in vari formati (stampa illustrata, rotocalchi e tabloid, settimanali, ecc.), rivela le proprie radici politiche di strumento di persuasione e mobilitazione dei ceti dirigenti e colti sulle classi popolari, ritagliandosi un pubblico che ha il suo centro nelle dinamiche di espansione della piccola borghesia e dei ceti medi. Il quotidiano assu-

me sempre più le caratteristiche di una “cittadella”, cioè di un insieme di testi da ordinare giorno per giorno in un’ordinata mappa gerarchica in grado di soddisfare le diverse sfere della vita pubblica e privata. Un modello di territorio governato dagli “scrittori” in quanto professionisti delle mediazioni – negoziazioni e contrattazioni – tra potere e società in qualsiasi suo settore: la politica, l’economia, la cronaca, la cultura, lo spettacolo, il tempo libero, lo sport. Data la tendenziale staticità dei rapporti tra una ristretta area di lettori e la grande maggioranza degli spettatori televisivi – staticità ancora più forte e patologica nell’ambito italiano di processi di socializzazione incompiuti e disomogenei – la stampa di massa presenta un insieme di meccanismi tra loro apparentemente divergenti e spiegabile invece proprio facendoli convergere nel carattere di dominio verticale che la scrittura rappresenta storicamente.

Se da un lato la stampa periodica e quotidiana ha sempre più accettato una sua trasformazione formale in direzione televisiva, dall’altro lato ha sempre conservato la sua capacità di sfruttare e lanciare gli opinion leader necessari alle classi dirigenti, programmando così – non solo per fini commerciali (di concorrenza) ma anche per fini ideologici, politici, clientelari – un suo costante ruolo critico. Ruolo di controllo sulla qualità dei linguaggi popolari e seriali (dalle rubriche di critica cinematografica a quelle di costume) animato quasi sempre da un forte spirito anti-televisivo, basato sui valori conoscitivi che a suo giudizio solo la scrittura potrebbe garantire. Se da un lato la cultura del giornalismo contemporaneo e quella istituzionale hanno fatto quadrato contro qualsiasi forma espressiva in cui i confini tra verità e finzione, tra realtà e spettacolo, non sono deontologicamente prefissati, dall’altro lato le pagine dei quotidiani hanno progressivamente concesso un sempre maggiore spazio proprio ai prodotti dell’industria culturale, sino ad arrivare a una sorta di parassitaria dipendenza dal mondo dei consumi voluttuari, delle mode, del divismo, dei palinsesti televisivi.

Su tutto ciò, esercita ormai una sua oggettiva azione unificatrice la paradossale costrizione che la stampa di informazione subisce – pur non riconoscendola (per opportunismo o effettiva incapacità teorica e strategica) – nel lavorare non più direttamente sui fatti ma sulla loro rappresentazione mediale. I giornali fanno cronaca del mondo che abitiamo e questo è per noi oggi il territorio televisivo. Ma, se è vero che l'immediatezza e la ricchezza della televisione scavalcano sia la velocità delle notizie del quotidiano sia il tempo di riflessione del settimanale, forse è altrettanto vero che le condizioni di svantaggio della scrittura rispetto all'evento televisivo non hanno a che vedere con il potere delle tecnologie dell'immagine ma con la natura stessa degli eventi, di ogni evento, prima e dopo la televisione. I fatti hanno la loro origine comunque nella dimensione immediatamente espressiva – e quindi artificiale, falsificata, simbolicamente mediata e rappresentata – di una costruzione sociale. I materiali di queste costruzioni sono le piattaforme espressive offerte dai media. Vale per la carta stampata così come per la televisione e ora per Internet.

Sublime
Germano Scurti

L'imporsi del sublime come momento costitutivo della modernità, come segno dell'inquieta anima moderna, è legato alle metamorfosi della sensibilità che caratterizza il Settecento: il clima dello *Sturm und Drang* e del romanzo gotico, il nuovo senso del paesaggio e della natura, la scoperta del pittoresco, la poesia delle rovine e dei sepolcri. Il sublime segna, attraverso le esperienze estreme dell'orrido e della morte, l'irrompere di una dimensione spaesante che l'io percepisce nello stesso tempo come altra e come propria.

Possiamo vedere nelle rovine romane di Giovanni Battista Piranesi (1720-1778) una prima proiezione del sublime. In Piranesi ritroviamo le tracce del pathos dell'anima che protende verso l'alto, l'esperienza di elevazione nutrita dalla memoria che caratterizza la prima accezione greca del sublime formulata, relativamente all'opera letteraria, dallo Pseudo-Longino (III sec. d.C.). Dunque il rapporto tra sublime e grandezza che caratterizzerà il sublime kantiano: tanto nelle *Carceri* quanto nelle *Antichità romane* in effetti il sublime piranesiano descrive il sentimento della "magnificenza" di Roma, la contemplazione di una grandezza di fronte alla quale l'uomo figura "piccolissimo".

Troviamo inoltre, grazie alla partecipazione piranesiana alla cultura inglese, la svolta decisiva nella concettualizzazione del sublime segnata da Edmund Burke, che scrive la sua *Inchiesta sul bello e il sublime* (1759) proprio tra un'edizione e l'altra delle *Carceri*. L'anticlassicismo esplicito porta Burke a rimettere in gioco, grazie al sublime, ciò che il bello ufficiale aveva oscurato: l'amorfo, l'asimmetrico e l'indefinito. Il sublime è qui infatti legato alle sensazioni del terrifico, del dolore, del minaccioso. In quanto connesso a situazioni spaventose e penose, trova

un precedente diretto nella teoria aristotelica della tragedia, il cui scopo era quello di suscitare "pietà e terrore". Anche David Hume nel suo saggio *Della tragedia*, del 1741, scrive del "piacere che gli spettatori di una tragedia ben scritta ricevono dal dolore, dal terrore, dall'angoscia e dalle altre passioni che sono in se stesse sgradevoli e penose". Come possiamo vedere il sublime, nelle sue corrispondenze con la tragedia classica, viene definito a partire dai suoi effetti. Spostando l'attenzione sui processi di fruizione, descrive una estetica dei modi di ricezione che crea un cortocircuito tra produzione e consumo: la *poiesis* diventa *autopoiesis*.

Il sublime, dunque, al di là delle sue principali formulazioni moderne come specifica categoria estetica – da Kant a Schiller, da Nietzsche a Freud, da Bloom a Lyotard, fino alla rivalutazione del sublime kantiano operata dal "sublime tecnologico" (Costa 1998) – dà ragione delle radici e degli sviluppi della nostra contemporaneità principalmente nella sua deriva mondanizzata, nella sua verità secolarizzata, appunto come uno dei principali motivi che originano e alimentano la spettacolarizzazione del consumo. Tra i processi di aggregazione del pubblico attorno ai linguaggi popolari troviamo infatti una sensibilità diffusa che si muove nella direzione dell'orrido e dell'innaturale, del criminoso e dell'inquietante, del neogotico, dello splatter e del cyberpunk, fino al catastrofismo cinematografico. Quella stessa sensibilità che porta la civiltà dello spettacolo, sin dall'inizio, a mettere in scena la propria distruzione. Qui, la produzione e la fruizione socializzata del sublime (connessa all'inedita estetizzazione dell'azione sociale, che opera una dilatazione dello spazio pubblico fondandosi sul fascino della conformità e della differenza, dell'aggregazione collettiva e della differenziazione narcisistica) descrive non più l'elevazione dell'io, ma la perdita immaginaria dell'ego e della società. Oltre al sublime naturale e artistico, il volto di Medusa è ora dato dall'immagine riflessa dell'io che si fa moltitudine. Il terrifico, il do-

lore e il pericolo, nel sublime socializzato, viene cioè dalla folla che si fa visibile a se stessa, innanzitutto sulla scena metropolitana (troppo rischiosa tuttavia per la contaminazione psichica prodotta dal contatto fisico) e in seguito nei territori smaterializzati dello schermo, entro cui il sublime conserva la sua natura terrorizzante ma rimane fisicamente innocuo. È a questo bisogno di pericolo e di sicurezza che risponde l'audiovisivo: un pericolo mantenuto a distanza di sicurezza. Esso ci permette di esperire il mondo nelle forme dello choc benjaminiano che, appunto, "balena nell'istante del pericolo".

Dalla *penny press* (il primo giornale a diffusione di massa che ha sviluppato la tecnica della sollecitazione emotiva, che ha utilizzato la cronaca nera, i servizi sensazionalistici e catastrofici, il giornalismo giallo ecc.) alla neotelevisione, al barbarismo televisivo che ha come protagonista la "gente comune", a ciò che è stato definito *Lo spettacolo del dolore* (Boltanski 1993), da Novi Ligure a Cogne e alle Twin Towers, il sublime, che è quanto nell'immaginario minaccia la nostra autoconservazione, apre alle esperienze più estreme. Dando corpo ai suoi tratti più caratteristici, i media rincorrono i pubblici illuminandoli e terrorizzandoli. "Producono" eventi che portano i pubblici al centro di se stessi, al centro della società, alle fondamenta del vivere in comune.

Tra paure ancestrali e archetipi immaginari, il sublime socializzato dai media sembra allora rappresentare la tonalità emotiva che permette di esperire il sacro (nel senso durkheimiano del termine), i legami sociali fondamentali in una sorta di trasferimento dell'angoscia e della paura sul piano del gioco e della finzione. Come se dovessimo spezzare i fili sottili che ci tengono uniti per osservarne (visivamente e religiosamente) la tenuta. Come una sorta di naufragio osservato da terra. Come una sorta di "diletto", di piacere indiretto, che rivela "non il sollievo di una distanza, bensì il fremito di una prossimità" (Sertoli 1985).

Tatto
Francesco D'Orazio

Tra le varie modalità di rapporto col mondo, il tatto occupa una posizione privilegiata. Sembra essere il senso più affidabile anche se in realtà non è poi così infallibile. Nel 1933 Georg Revesz, psicologo gestaltista, dimostrò che il tatto poteva cadere vittima di illusioni percettive e che quindi, sebbene in misura minore rispetto alla vista, era anch'esso un senso ingannevole. Gli studi degli anni Sessanta sulle illusioni tattili confermarono le ricerche di Revesz. Ma questo non scoraggia certo dal confidare nel "toccare con mano". Il tatto è una forma primaria di conoscenza. Quando Lindsey Brigman, in *The Abyss* di James Cameron (1989), si trova faccia a faccia con la creatura liquida aliena che si è introdotta nella stazione oceanica, tende una mano verso di essa e la tocca. L'indice penetra nel volto liquido e Lindsey scopre che l'alieno è composto d'acqua.

Nel 1920 Lev Sergejvič Termen, un fisico russo di San Pietroburgo, si presenta a un congresso di elettromeccanica con una piccola scatola da cui escono due antenne. La accende, fa scaldare le valvole termoioniche che si trovano al suo interno e poi comincia a muovere le mani intorno alle due antenne, avvicinandosi e allontanandosi, senza mai toccarle. La scatola allora comincia a emettere un suono inquietante, uno strano ululato modulato che ricorda il lamento di un fantasma o l'atterraggio di un disco volante. Non a caso sarà questo il suono portante della colonna sonora di *Ultimatum alla terra* di Robert Wise (1951) e di molta della fantascienza cinematografica di quegli anni. Lo strumento in questione era il Theremin. L'oscillazione delle mani nel vuoto produceva un'alterazione del campo magnetico generato dalle onde emesse dalle due antenne. I segnali venivano poi conver-

titi in suoni. L'esecutore dava l'impressione di "suonare lo spazio" e di plasmare il suono con le mani. Quello che Lev Termen aveva costruito era un'interfaccia tattile per la manipolazione diretta dell'informazione: in questo caso il suono.

Nel discorso sui media di solito la questione delle interfacce tattili viene associata al lavoro di Derrick de Kerckhove. Secondo l'autore canadese allievo di Marshall McLuhan, le tecnologie comunicative contemporanee (dalla realtà virtuale ai microscopi elettronici) hanno un tratto che le accomuna tutte: "È il fattore della 'profondità', la possibilità cioè di toccare un punto e produrre un tangibile effetto su di esso, attraverso le nostre estensioni elettroniche" (de Kerckhove 1991). Questo tipo di tecnologie (nell'ambito di una teoria generale che postula l'influenza delle tecnologie sulla strutturazione dei modelli mentali) sarebbe all'origine della diffusione del "brainframe cibernetico" e quindi di un nuovo tipo di uomo: l'"uomo-profondità".

Quando si parla di interfacce tattili si fa riferimento quasi per un riflesso condizionato alla realtà virtuale. Il passo successivo consiste di solito nel tentativo di individuare un padre per questa tecnologia. Ma ci si scontra subito con un problema. I padri sono almeno due: Ivan Sutherland, con il suo saggio intitolato *The Ultimate Display* (1965) (in cui peraltro Sutherland fa riferimento ai simulatori di volo progettati da Edwin Link verso la fine degli anni Venti) e Myron Krueger, con le sue installazioni (da *Glowflow* a *Metaplay*) che lo hanno portato a sviluppare la tecnologia degli "ambienti responsivi": "installazioni d'arte in cui suoni e luci mutavano a seconda dei movimenti delle persone che le visitavano" (Wolley 1992). Il problema non consiste nel fatto che ci siano due padri ma nel fatto che non è possibile sceglierne uno in base a un criterio cronologico perché entrambi hanno tentato di raggiungere un risultato simile: l'interazione di tipo tattile con oggetti sintetici elaborati da un computer. Ma lo han-

no fatto sviluppando due approcci tecnologici molto diversi, quindi incomparabili. Sutherland e Krueger appartenevano a una comunità di ingegneri, artisti, programmatori in cui tutti lavoravano, ognuno secondo percorsi diversi, alla medesima invenzione: la spazializzazione dell'informazione, o meglio, la creazione di uno spazio dell'informazione. La creazione di questo spazio era la condizione necessaria per un salto ancora più ambizioso: la gestione tattile delle informazioni.

L'interfaccia uomo-computer si è evoluta secondo un modello di progressivo adattamento delle tecniche di mediazione alle esigenze dell'uomo più che a quelle strutturali della macchina. Attraverso l'invenzione degli *stored-program computer* ma soprattutto attraverso l'invenzione dei "compilatori" (programmi che traducono le istruzioni scritte in un linguaggio familiare all'uomo in codice binario) divenne possibile dare istruzioni al computer attraverso codici simbolici sempre più "naturali" per l'uomo. Con i cosiddetti linguaggi *higher level* (dal Fortran in avanti) si passò da una mediazione di tipo matematico a una di tipo linguistico e infine alla mediazione grafica. La mediazione grafica fu resa possibile dall'invenzione del "bit-mapped display", il pezzo forte dell'antenato dei moderni PC, *Alto*, progettato allo Xerox Parc di Palo Alto nel 1973. Si trattava di uno schermo suddiviso in una serie di elementi autonomi (pixel) ognuno dei quali poteva essere manipolato programmando i bit della memoria del computer. "Ciò aprì la strada a una flessibilità del visuale prima inconcepibile che permetteva all'utente di 'dipingere' lo schermo con disegni e testi di varia forma, grandezza e stile" (Lohr 2001). Per la prima volta i dati si trasformavano in configurazioni spaziali. Il *bit-mapped display* aveva aperto le porte dello spazio dell'informazione. Ma per far funzionare l'illusione di questo spazio era necessario che l'utente potesse infilarci le mani, modificare le cose, spostare gli oggetti. È a questo punto che entra in gioco la "manipolazione diretta", il principio introdotto dal ricer-

catore della Stanford University che ha inventato il mouse: Douglas Engelbart. Il mouse era una sorta di doppio, un'incarnazione sintetica dell'utente che gli permetteva di interagire con lo spazio dell'informazione. Attraverso lo sviluppo di periferiche come il mouse o di software come *Bravo* (l'antenato di *Word*) l'interfaccia uomo-computer si è avviata sulla strada dello sviluppo di modalità di interazione che permettono all'utente di manipolare le informazioni come fossero oggetti. Ben Shneiderman, un pioniere del design dell'interfaccia uomo-macchina, sintetizza in tre punti i caratteri fondamentali dell'interfaccia basata sulla *direct object manipulation*:

> rappresentazione continua dell'oggetto attraverso metafore visuali; azioni fisiche e pulsanti da premere invece che sintassi complesse; possibilità di visualizzare in tempo reale le modificazioni apportate sull'oggetto manipolato (Shneiderman 1992).

Alberto Abruzzese considera la questione delle interfacce tattili in relazione all'analisi del ruolo che i "linguaggi somatici" dei new media hanno nella ristrutturazione delle dinamiche di negoziazione delle identità soggettive e collettive. Ma il discorso sulla tattilità nei new media è tutt'altro che chiuso. Kevin Robins, in un'ottica critica nei confronti di quella che egli stesso definisce la "visione idealistica" propria della retorica della "tecnocultura", sostiene che la tattilità delle interfacce con lo spazio virtuale non abbia niente a che vedere con la tattilità reale. È un tatto incorporeo, che elimina il contatto, la contaminazione ed è privo del rischio insito nell'esperienza. È un tatto sottomesso al dominio del visuale: "Il cibermondo è utopico perché è un mondo di ordine, ed è un mondo ordinato perché è un mondo visivo". Secondo Robins lo spazio virtuale è quindi uno spazio utopico in cui il conflitto è stato rimosso: il virtuale "rappresenta una fuga dal regno vivente del contatto e del tocco" (Robins 1996). In una prospettiva sicuramente diversa da quella di Robins,

Lev Manovich, mette in questione la costruzione stessa della spazialità nei new media, tassello fondamentale per prendere in considerazione il discorso sulla tattilità:

> Gli spazi virtuali non sono quasi mai degli spazi veri, ma piuttosto delle collezioni di oggetti separati. Oppure, con un gioco di parole, potremmo affermare che non c'è spazio nel cyberspazio (Manovich 2001).

L'obiezione di Manovich al luogo comune della spazializzazione dell'informazione nei linguaggi digitali è utile, ma forse è necessario considerare il problema anche da un altro punto di vista. L'evoluzione delle interfacce uomo-macchina ha manifestato in modo costante una tendenza all'organizzazione dell'informazione in termini spaziali e allo sviluppo di modalità di interazione tattile con essa. Inoltre il discorso sociale sui nuovi media (dalla speculazione teorica al discorso pubblicitario) ha contribuito alla costruzione di una rappresentazione sociale dei media digitali articolata proprio intorno al concetto di esperienza e, in particolar modo, di esperienza tattile. In altri termini esiste una tendenza dell'interfaccia all'interazione tattile e una tendenza a leggere questi nuovi strumenti come ciò che renderà finalmente possibile questo tipo di interazione. La domanda da porsi allora non è più se queste interfacce riescano effettivamente a costruire uno spazio o a garantire un'interazione realmente tattile con esso. La questione interessante diventa: per quale motivo tentiamo di sviluppare interfacce per gestire l'informazione secondo modalità tattili?

Le interfacce tattili vanno considerate come parte di un processo più generale di sviluppo di modalità immersive per la gestione dell'informazione (dalle tecniche di *data mining* alle tecnologie cinematografiche). Dalla fenomenologia della percezione di Maurice Merleau-Ponty, al modello della cognizione situata di Andy Clark, la cognizione umana viene definita come espe-

rienza immersiva. I media (dal libro allo schermo) rappresentano un'eccezione a questo stato. Per interagire con essi abbiamo bisogno di imparare a ragionare come loro, cioè di ristrutturare la nostra modalità cognitiva. Ecco la nozione di "brainframe". Quello che lo sviluppo di interfacce tattili e immersive rende manifesto è il tentativo, da un punto di vista tecnologico ma soprattutto dal punto di vista del discorso sociale sulle nuove tecnologie, di arrivare a una "naturalizzazione" della mediazione. Anche se, proprio in questo modo, non facciamo che indossare una nuova "cornice mentale".

Taylorismo
Davide Borrelli

È una forma di organizzazione del lavoro operaio che si fonda sul principio dell'economia di scala ottenuta attraverso la serializzazione del processo produttivo e il consumo di massa (Piore, Sabel 1984; Harvey 1990). Concepita dall'ingegnere americano Frederick Winslow Taylor, fu adottata dall'imprenditore Henry Ford nei suoi stabilimenti di Detroit all'inizio del XX secolo (da qui l'espressione fordismo-taylorismo). L'organizzazione tayloristica della fabbrica segna il declino del lavoro qualificato e "concreto" dell'artigiano e la sua sostituzione con l'attività "astratta", parcellizzata, ripetitiva e alienante dell'operaio alle prese con la catena di montaggio. L'operaio è concepito come un ingranaggio del sistema di produzione, una sorta di "gorilla ammaestrato" – secondo le parole di Taylor – chiamato a svolgere prestazioni meccaniche di cui non ha modo di controllare il senso e il fine. Celebre è la caricatura che del lavoro tayloristico ha tratteggiato Charlie Chaplin nel film *Tempi moderni.*

Generalmente, il termine taylorismo è utilizzato in senso ampio per definire un modello particolare di società, in cui ciò che viene plasmato e organizzato secondo gli interessi del sistema capitalistico non è soltanto il lavoro in fabbrica, ma complessivamente la soggettività e la nuda vita degli individui. In questo senso il taylorismo può essere considerato come una sofisticata forma di "biopotere". Eloquente in proposito la riflessione di Antonio Gramsci (1934) sul nesso strutturale fra razionalizzazione tayloristica del lavoro e diffusione della morale puritana nell'America del primo Novecento:

> Le iniziative "puritane" [promosse da Ford] hanno il solo fine di conservare, fuori del lavoro, un certo equilibrio psico-

fisico che impedisca il collasso fisiologico del lavoratore, spremuto dal nuovo metodo di produzione.

Il taylorismo si rivela essere la vera, sostanziale, struttura del tempo-spazio moderno ed è questa rigida strutturazione dell'umano che si de-compone (appunto de-struttura) nel passaggio dalla società industriale alla società post-industriale.

Teatro
Alberto Abruzzese

La messa in scena dal vivo ha una storia infinita che dai giorni nostri si spinge sino alle performance rituali delle tribù primitive (Turner 1986). La storia del teatro, come vera e propria istituzione dello spettacolo, ne è dunque un solo segmento, per di più ricco di mutazioni che ne rendono assai discontinui gli statuti di appartenenza, culturalmente e socialmente diversi gli attori e gli spettatori. Ad esempio tra la tragedia greca e il teatro borghese dal Settecento in poi – nonostante la scena teatrale moderna abbia continuato ad accumulare nel suo repertorio tutte le opere del canone occidentale – esistono assai scarse relazioni, così come gran parte del teatro di avanguardia e sperimentale ha varcato ogni soglia tra istituzione teatrale propriamente detta e altri settori della messa in scena, rinunciando persino alla sala, al palco, al sipario, al testo, persino al corpo dell'attore. Persino alla presenza dal vivo del pubblico.

Tuttavia nella storia della comunicazione ha assunto un particolare significato il rapporto conflittuale tra teatro e riproducibilità tecnica (il cinema e poi la televisione). In comune teatro e audiovisivo hanno non poco, innanzitutto la scena, il corpo dell'attore, lo spettatore. Ma queste tre condizioni dello spettacolo mutano radicalmente nel passaggio dal teatro allo schermo. Da notare un particolare passaggio: il set cinematografico è una messa in scena dal vivo realizzata non per essere vista ma per essere riprodotta (così come la sceneggiatura non è un testo scritto per essere letto ma per realizzare un prodotto audiovisivo). In secondo luogo, mentre teatro e cinema hanno in comune la sala, teatro e televisione possono avere in comune solo il testo messo in scena. Queste e altre differenze o analogie hanno tutte a che vedere con una distinzio-

ne fondamentale proposta da Walter Benjamin, in linea con la tesi per cui la riproducibilità tecnica e dunque il cinema delle masse avrebbero dissipato l'"aura" dell'opera d'arte, avrebbero cioè mutato il soggetto delle forme espressive della modernità. Secondo questa tesi, il cinema si spinge oltre la sostanziale irripetibilità dell'evento teatrale, poiché al qui e ora dello spettacolo dal vivo sostituisce la serie delle sue copie, sempre uguali a se stesse per un pubblico sempre diverso, dislocato nel tempo e nello spazio. È una buona base di partenza per ragionare sulla svolta che i mezzi di comunicazione di massa rappresentano nei confronti dei linguaggi espressivi tradizionali. Sul passaggio dal corpo fisicamente presente sulla scena al corpo fantasmatico degli schermi – ingigantito, esaltato e ricomposto oltre ogni limite anatomico e spaziale – si fonda il fenomeno del divismo moderno.

C'è un film hollywoodiano, non a caso un capolavoro dell'industria culturale e non d'autore, che parla del rapporto tra teatro e cinema in termini antropologico-culturali, in grado di spiegare anche il punto di vista assunto dalle estetiche e dalle sociologie del teatro elaborate in epoca tardomoderna. Si tratta di *King Kong* (1932), mitologia moderna, ricalcata sulla favola "La Bella e la Bestia", qui affidata al valore simbolico di un essere pre-umano, di una grande scimmia trovata in un'isola sconosciuta e strappata al culto che un villaggio primitivo e tribale ancora gli tributava offrendogli vittime votive e rispettando la soglia invalicabile tra lo spazio dell'abitare e lo spazio in cui era preservata la sua terribile e mostruosa divinità. Si veda in particolare la sequenza in cui il mito vivente di Kong viene esposto in una sala cinematografica di New York – di quelle che per struttura e arredo ancora richiamavano il recente passato della messa in scena teatrale – per coronare il sogno anti-estetico che aveva spinto il regista, figura intermediaria tra la Bella e la Bestia, a viaggiare al di là delle mappe del mondo civile. Il suo progetto non è riprodurre o fingere la realtà, ma attingere all'origine

stessa della Natura, dell'Autentico, del Sublime: andare oltre i simulacri dell'industria dello schermo cinematografico e mostrare direttamente il Reale (ritornando così alla performance originaria del teatro come rito iniziatico). Ma l'esperimento fallisce. Kong si libera delle catene che pretendevano di trattenerlo sulla scena nella forma di spettacolo e invade la metropoli, gettandola nel caos, cancellando con la propria natura il suo moderno ordine sociale. Kong, figura archetipica dell'incontenibile forza del desiderio, potrà essere abbattuta – superata, dunque interpretata e assorbita – solo dalla tecnologia bellica (da sempre fonte inesauribile di ogni innovazione della vita quotidiana).

Telecomando
Alberto Abruzzese

È la protesi di corpi già strutturati come *prosumer*, in cui cioè il consumatore si è fatto produttore. Il telecomando ha trovato la sua ragion d'essere nel costituire una *facility* per lo spettatore quando la quantità dell'offerta televisiva, con la moltiplicazione dei canali, cominciò a non essere più quella tipica della fase prevalentemente monoculturale e nazionale dei mass media. Questo piccolo dispositivo elettronico, che funge da comando a distanza per sintonizzarsi sui diversi canali televisivi a disposizione, ha agito nel profondo – come a volte accade proprio con tecnologie elementari, apparentemente semplici o superflue – rivoluzionando e potenziando oltre ogni limite i nostri modi di fruire i testi audiovisivi. Il singolo spettatore – magari negoziando il proprio potere con gli altri componenti del gruppo amicale o familiare, oppure disponendo, come si è verificato sempre più spesso, di un suo televisore – può interrompere un film o qualsiasi programma, entrando e uscendo a suo piacimento da un testo audiovisivo all'altro. Il consumatore si è fatto più forte dei testi, il suo tempo interiore più forte della loro struttura esteriore, della loro oggettivazione del tempo e dello spazio.

Si dice – ed è stata individuata come una delle principali ragioni della neotelevisione – che, così facendo, l'utente costruisce un palinsesto personale, un testo a sua misura, separandosi così dal tipo di contemporaneità che i linguaggi televisivi di flusso hanno lungamente imposto a larghe aree di pubblico. Si tratta dunque di un dispositivo che insieme ad altri (home video, personal-computer e walkman) corrisponde ai processi di desocializzazione (scissione dai legami collettivi) e destrutturazione (scomposizione delle strutture identitarie, formali e narrative)

che caratterizzano la dimensione post-industriale. Le grandi architetture dell'immaginario collettivo, naturalmente, non sono con questo scomparse nel nulla, e per il momento continuano a costituire la matrice culturale e la cornice espressiva con cui lo spettatore può riuscire a orientarsi tra formati e generi che sono sostanzialmente ancora quelli dei linguaggi generalisti dello spettacolo di massa e della TV.

Tuttavia siamo di fronte a una trasformazione antropologica di portata epocale. Il telecomando, potendo realizzare quasi per incanto il proprio desiderio di dare corpo sensibile all'immaginazione, sembra assorbire in sé vari simboli di dominio sul mondo cui hanno fatto ricorso le forme della sovranità religiosa e terrena: la mazza tribale, la bacchetta magica, lo scettro regale. Dopo la dimensione metropolitana e organizzativa della bacchetta del direttore d'orchestra, sorta di frusta immateriale, questo genere di simboli è entrato in crisi, così come l'individuo dominatore rispetto ai modelli democratici del consumo di massa. Ora, invece, grazie al digitale, il dispositivo del telecomando – progressivamente esteso al funzionamento delle auto, delle case, dei cancelli, delle autostrade, degli elettrodomestici – si sta connettendo con il "telefonino" cellulare. È infatti sulla telefonia mobile che sembrano convergere tutte le funzioni comunicative e operative con cui governare l'ambiente dal palmo della nostra singola mano. Dagli "strappi" metatestuali dello zapping televisivo stiamo passando a forme altrettanto soggettive di uso del tempo e dei luoghi.

Telefonia
Davide Borrelli

Brevettato nel 1871 da Antonio Meucci, che però per motivi finanziari lasciò cadere il suo brevetto e ripreso nel 1876 da Alexander Graham Bell, il telefono è considerato il capostipite dei *personal media*, cioè di quelle tecnologie comunicative *one to one* concepite per un uso individuale e interattivo, secondo un modello di consumo mediale che prefigura quello dei *new media.* Da questo punto di vista il telefono rappresenta un mezzo di comunicazione straordinariamente in anticipo sui tempi, se consideriamo che è stato sviluppato in un'epoca che di lì a poco avrebbe invece conosciuto l'esplosione dei mass media attraverso dispositivi di comunicazione *broadcasting* (cioè a largo raggio) come la radio e successivamente la televisione. Basterebbe questa osservazione per riconoscere alla telefonia un ruolo centrale e strategico nella storia non meno che nelle prospettive di sviluppo futuro dei sistemi di comunicazione.

Il telefono ha segnato una vera e propria svolta nella comunicazione umana. Fino alla sua invenzione, due individui che avessero voluto comunicare fra loro si trovavano nella condizione di farlo o simultaneamente o a distanza, mai in ogni caso sia simultaneamente che a distanza. Comunicare simultaneamente, infatti, era possibile solo a patto che i due interlocutori fossero in presenza fisica l'uno dell'altro, cioè in situazioni di interazione faccia a faccia nel medesimo luogo. D'altra parte, la comunicazione a distanza poteva essere praticata tramite lettera o telegramma, ma non in condizioni di simultaneità, dal momento che la codifica di un messaggio da parte dell'emittente non poteva essere contemporanea alla decodifica dello stesso da parte del destinatario. Rispetto a una situazione comunicativa condizionata da tali vincoli, la telefonia ha delineato un nuovo scenario per la comunicazione interpersonale. Grazie alla telefonia sono

state rese possibili per la prima volta comunicazioni simultanee tra due persone assenti l'una dallo spazio percettivo dell'altra, e questo ha determinato implicazioni di vasta portata sull'assetto della società moderna. La telefonia dà forma a quell'esperienza di *disembedding* (ovvero di disaggregazione spaziotemporale) che secondo Anthony Giddens (1990) caratterizza il nostro sistema di vita e per la quale sempre più i rapporti sociali tendono a enuclearsi dai contesti locali di interazione e a ristrutturarsi nell'ambito di dimensioni spaziotemporali indefinite.

La seconda ragione per cui la telefonia riveste notevole importanza nella storia della comunicazione moderna è data dal fatto che essa ha rappresentato la prima tecnologia autenticamente a misura d'uomo. Infatti, a differenza di tecnologie precedenti che tendevano a introdurre elementi di meccanizzazione nella vita (come la stampa e la macchina a vapore, per esempio), il telefono si avvicinava in modo particolare al corpo degli individui, poiché sembrava assecondare, più direttamente di qualsiasi altro dispositivo prodotto fino allora, i desideri immediati e i bisogni quotidiani degli uomini. Per farlo funzionare non occorreva praticamente nessuna conoscenza tecnica e quindi nessuna mediazione da parte di personale specializzato come era invece necessario per il telegrafo. Pertanto chiunque poteva usarlo direttamente dalla propria abitazione collegandosi con chiunque altro, quasi in ogni parte del mondo. In sintesi, mentre la macchina a vapore aveva meccanizzato e reso astratta la vita, il telefono prometteva di umanizzare la tecnologia orientandola direttamente verso le esigenze più concrete degli individui. Non è un caso che il telefono debba molto alla fisiologia: Bell aveva condotto per molto tempo accurati studi sulla voce per risolvere i problemi dei sordomuti. "Ho fatto parlare dei sordomuti e vedrete che saprò dare la parola al ferro" – pare fosse la sua massima.

Strettamente connesso a questo, vi è un altro motivo che rende la telefonia uno strumento di comunicazione straordinariamente denso di conseguenze per lo sviluppo

dei sistemi e dei processi comunicativi. Tecnologie utilizzabili nell'ambiente domestico, come appunto il telefono di Bell, o anche il fonografo di Edison, hanno sancito l'ingresso dell'umanità in una nuova fase della comunicazione, che lo storico dei media Flichy (1991) ha definito come l'epoca della comunicazione familiare (1870-1930). Concepito in origine per usi professionali, ben presto il telefono è stato utilizzato come mezzo di comunicazione familiare, congeniale allo scambio di chiacchiere e alla coltivazione delle relazioni sociali. In questo senso ha potuto essere definito come "medium femminile" per eccellenza. Per questa caratterizzazione familiare che la comunicazione telefonica ha assunto a dispetto dei suoi progettisti, si può ritenere che essa abbia svolto un ruolo verosimilmente non secondario nell'assecondare e, addirittura, promuovere le trasformazioni sociali che in quel periodo tendevano a determinare un diffuso processo di decadenza della sfera pubblica e di ripiegamento della vita nella dimensione privata. In questo modo, la telefonia ha contribuito a fare della casa uno spazio destinato al consumo di comunicazione, creando una nicchia ecologica dove poi si sarebbero sviluppati anche i media generalisti come la radio e la TV.

L'avvento della telefonia cellulare, negli anni Novanta del secolo appena trascorso, sta provocando una profonda ridefinizione delle funzioni e dei significati associati all'uso del telefono. Il telefono non è più soltanto medium personale, ma anche medium mobile, ovvero non è più solo strumento di comunicazione per gli individui ma addirittura per ogni occasione e ogni momento della loro vita. Il processo di personalizzazione comunicativa e di differenziazione sociale coltivato dal telefono rispetto alla massa si estende e si riproduce fino a investire la struttura della stessa identità individuale: chi fa uso del cellulare non è l'individuo nel suo ambiente domestico, ma di volta in volta le tante forme che assume la sua soggettività nelle diverse circostanze in cui è coinvolto e nelle diverse modalità in cui si esprime e si manifesta.

Televisione
Alberto Abruzzese

Il cinema sonoro e le prime sperimentazioni televisive nascono alla vigilia degli anni Trenta e ambedue traggono alimento – nei contenuti e nelle forme – da quegli stessi anni, così formativi per la definitiva strutturazione dinamica dell'industria culturale in quanto straordinaria macchina di socializzazione della civiltà tardo-moderna. Tuttavia, il vero e proprio decollo del linguaggio televisivo si ha grazie ai processi di ricostruzione socio-economici e produttivi che seguirono alla catastrofe della seconda guerra mondiale.

Prima della televisione degli anni Cinquanta, l'incrocio territoriale tra cinema e radio – sulla base della separazione e distinzione logistiche tra spazio domestico e sale pubbliche – aveva diversamente distribuito comunicazione per flusso e comunicazione schermica, ma aveva anche antropologicamente miscelato i due linguaggi nella dimensione ancora centrale e coesiva delle aree metropolitane. Interno ed esterno erano compatibili, possedevano una possibile e visibile geografia grazie alle traiettorie nazionali e internazionali di un mondo ancora limitato nei suoi bisogni globali di comunicazione.

Il mondo dei paesi avanzati del secondo dopoguerra richiese un doppio sforzo di socializzazione e rassicurazione, di sviluppo e controllo: compensare le ferite materiali e spirituali del conflitto bellico – vissuto nella sfera familiare come nella sfera pubblica – e rilanciare i valori della vita quotidiana, i ritmi dei consumi, le idee pilota e le mitologie del progresso e del benessere.

La complessità che gli anni Trenta avevano tentato di contenere nei confini di una cultura di massa spettacolare (pur nei diversi registri del giornalismo, della fiction drammatica – d'azione, epica e mélo – e della commedia

sofisticata) torna a farsi sentire in ogni risvolto della vita pubblica e privata e con un'intensità maggiore. La produzione di consumi preme per impossessarsi di queste nuove risorse, paradossalmente scaturite da una crisi così profonda. Il pubblico di massa preme per trovare compensazioni più efficaci, universi più articolati e diffusi, appartenenze sociali più certe, beni più gratificanti. La televisione, già nata da tempo, nasce una seconda volta e ora è per dominare tutti gli altri linguaggi, per farli propri, per potenziarne la logica diffusiva.

La televisione è insieme una tecnologia e una forma culturale (Williams 1974). Quando si valutano la portata e la natura delle innovazioni sociali connesse all'avvento delle tecnologie dell'audiovisivo bisogna prestare particolare attenzione a evitare le semplificazioni metodologiche di due opposti e unilaterali determinismi, quello per cui la società è causata dalla tecnologia e quello per cui la tecnologia è un effetto della società.

Le vicende che hanno portato alla nascita della televisione testimoniano emblematicamente sia che le tecnologie comunicative non costituiscono una variabile indipendente che determina il sistema sociale sia che, d'altra parte, i soggetti politici ed economici che le amministrano non sempre riescono a determinarne completamente l'uso sociale. Tanto è vero che le generazioni cresciute con la televisione manifestano generalmente pratiche e abitudini comunicative che sono "così diverse dalla televisione ortodossa da sembrare una forma tecnologica e culturale del tutto nuova" (ib.).

Quello che sulla radio aveva intuito David Sarnoff, il primo responsabile commerciale della Radio Corporation of America (RCA), e cioè che essa si prestava efficacemente all'integrazione sociale dei gruppi esclusi, come i "contadini e chi vive fuori della città", vale a maggior ragione per la televisione. Il broadcasting è la forma comunicativa che meglio si adatta a un modo di abitare lo spazio metropolitano che Raymond Williams ha descritto in termini di "privatizzazione mobile":

> Tale processo ha una dimensione privata. Esso implica un elevato grado di capacità di consumo e in gran parte è centrato sulla casa (...). Nello stesso tempo, non si tratta di una privatizzazione che ha il sapore di una ritirata, di una sorta di deprivazione, perché ciò che esso specificamente consente è una mobilità prima inimmaginabile (…). Non è come vivere isolati, come in un guscio che sia fissato una volta per tutte. Ma è piuttosto un guscio che vi potete portare appresso, con il quale potete volare verso luoghi che le precedenti generazioni mai avrebbero potuto immaginare di visitare (Williams 1989).

Il bisogno di ridurre la congestione delle metropoli, da una parte, e quello di ampliare la partecipazione politica e l'accesso ai consumi, dall'altra, fanno sì che nel XX secolo non si miri più a far convergere i soggetti della periferia verso il centro politico, economico e culturale della società, ma che questo venga irradiato diffusivamente per raggiungere gli individui più distanti ed emarginati fin dentro le loro case.

Per la prima volta, dopo che la dottrina del cristianesimo aveva sancito la separazione – la distanza incolmabile – tra città celeste e città terrestre, tra cattedrale e strada, tra interno come luogo del sacro ed esterno come spazio dell'impuro, l'intimità cessa di essere un luogo isolato e inviolabile, ordinato e sicuro, per aprirsi discrezionalmente ai flussi del mondo esterno (Sennett 1990). E l'esterno tende a sua volta a farsi intimo.

Il periodo delle origini della metropoli e della sua crescita sociale, produttiva ed espressiva era stato caratterizzato da movimenti centripeti, dalle periferie del territorio nazionale ai centri dello sviluppo industriale. A esso aveva corrisposto la fase di massima esplosione dei linguaggi dello spettacolo (grandi esposizioni, magazzini, vetrine ecc.). Ma i territori extrametropolitani avevano avuto modo di consumare il processo di metropolitanizzazione solo attraverso i tempi e le distanze della stampa e delle merci che nel XIX secolo cominciavano a turbare ma non ancora

invadevano gli usi e costumi locali, le tradizioni preindustriali e artigianali.

Invece, nel secondo stadio dello sviluppo della metropoli non si persegue più solo l'obiettivo di integrare nello spazio metropolitano elementi esterni, di ceto, culture e spesso etnie diverse, ma si punta a esportare verso di loro il suo modello secondo movimenti di tipo centrifugo, che dall'esterno vanno all'interno della dimora, dal centro alla periferia, dalle masse al singolo, riproducendo su ogni territorio della mente e del corpo i ritmi e le forme dell'industria culturale. La massima realizzazione di questo processo coincide con l'avvento del linguaggio radiofonico e con il perfezionamento televisivo, che segnano il passaggio dalla spettacolarizzazione di scene che ancora esibivano una certa materialità teatrale *hic et nunc* alla sempre più intensa fantasmatizzazione dello schermo. Uno schermo miniaturizzato rispetto al cinema, ma infinitamente moltiplicabile.

Portare il mondo nelle case riducendo l'universo alla disponibilità e ai bisogni degli individui fu il sogno e l'ideologia che ispirarono la realizzazione delle prime dimostrazioni pubbliche effettuate da John Logie Baird sul funzionamento della televisione. Ciò che determina il successo del piccolo schermo è l'impressione che esso dà di far accedere senza apparenti mediazioni alla realtà esterna. La riproducibilità tecnica iniziata con la fotografia compie il suo miracolo. Non è il reale a conquistare il movimento, ma sono le sue forme di rappresentazione.

Prima della televisione nessun medium era riuscito a comunicare con tanta verosimiglianza la sensazione di essere presenti a un evento in un luogo in cui fisicamente non si è e nello stesso momento in cui esso avviene. Il telefono e la radio potevano superare qualunque distanza, ma restavano mezzi ciechi. Il cinema, che a partire dal 1927 era diventato sonoro, era in grado di produrre immagini indubbiamente più definite e realistiche di quelle televisive, ma era sprovvisto della diretta.

La televisione, oltre a dare più corpo ai linguaggi del fonografo, del telefono e della radio, assorbe l'intera esperienza di massa dall'Ottocento sino agli anni Trenta. E le forme che ne derivano diradano il buio, prendono luce, risplendono in modo enigmatico: una luce che viene dallo schermo, che emana sul volto dello spettatore invece che provenire dalle sue spalle. Non oggetti illuminati ma che illuminano di sé apparendo nell'ombra che li circonda e prestandosi allo sguardo. Fluorescenze. E piacciono: sono fattori di estetizzazione della vita. Si confondono con le categorie del vero e del giusto, ne sono l'espressione (Abruzzese 1995).

Seguendo la puntuale storia che ne ha fatto Wolfgang Schivelbusch (1983), dall'illuminazione a gas a quella elettrica, le tecnologie della luce hanno dato corpo al passaggio delle forme estetiche dall'equilibrio dell'opera d'arte classica alla virtualità anamorfa della modernità. Si pensi alla luce prima naturale e poi artificiale che realizza la fotografia, si pensi alle luci di scena dello spettacolo teatrale e della sua profondità tridimensionale, si pensi alla lucentezza dello schermo fotografico e al senso riposto nel bianco e nero dei suoi chiaroscuri, prima di arrivare al pannello elettronico dello schermo televisivo. Ma si pensi anche all'illuminazione degli spazi urbani e degli interni pubblici e privati, alle decorazioni luminose delle esposizioni e delle feste, sino ad arrivare ai fasci di luce velata dai fumi nelle performance del rock. Oppure alla ritrattistica espressionista, ai coni accusatori dei fanali della polizia e, perché no, al segnale salvifico e insieme premonitore che Batman lancia nel cielo, memoria ultima e rovesciata dei raggi divini.

Gli oggetti che mediante il televisore giungono a risplendere di luce propria sono i dispositivi e i modi di consumo che avevano caratterizzato le strategie di contaminazione tra lo spazio interno e lo spazio esterno delle dinamiche metropolitane: il conflitto attrattivo e metamorfico tra individuo e folla, la miniaturizzazione del tea-

tro o la popolarizzazione dei giochi di corte e dell'alta borghesia in giocattoli domestici, l'accumulo di immagini della stampa, delle cartoline, delle fotografie in archivi familiari, la letteratura d'appendice e la divulgazione scientifica, le informazioni dei giornali e le scuole popolari, i catechismi sacri e profani, le culture del viaggio e del turismo, le conversazioni dei caffè, le relazioni socio-economiche della piazza, le cerimonie del potere, il fascino per i crimini e per le catastrofi della natura e della guerra, le funzioni liberatorie della festa, i ritmi dello spettacolo cinematografico, delle macchine della musica e della musica di intrattenimento (Abruzzese 1995).

Tempo

Valeria Giordano

Nel mondo pagano il tempo si confonde con la nascita dell'universo, ne costituisce l'origine e consente che questa si riproponga periodicamente attraverso cerimonie e rituali di purificazione dai peccati commessi dal singolo individuo o dalla collettività. Questa rigenerazione del tempo offre la possibilità di garantire, ciclicamente, la ripetizione della creazione, dell'atto cosmogonico che ha portato alla luce il mondo stesso. Il tempo delle società pre-moderne è sacro (così come indica la comune radice di *tempus* e *templum*), profondamente legato alla riproposizione dei miti che narrano le loro storie originarie, che consentono la riattualizzazione della nascita, dell'inizio, attraverso la ritualità delle feste, delle cerimonie, della magia. E questa sacralità del tempo si accompagna alla necessità di considerarlo reversibile, cioè ripetibile, alieno dalla durata e dalla storia. Un tempo, che nella sua ciclicità e circolarità, si possa continuamente ripetere, o meglio che possa ripetere il momento mitico dell'inizio del mondo, gli archetipi primordiali (Eliade 1949). La concezione pagana del tempo, racchiusa nella dottrina dell'Eterno Ritorno, è destinata tuttavia a cedere il passo a quella giudaica concentrata sull'avvento del Messia e cristiana che stabilisce la priorità di un percorso irreversibile dal *Genesi* all'*Apocalisse*, dall'inizio all'avvento del Giudizio Universale. Il soggetto è inserito definitivamente nel corso della storia, una storia sacra (in quanto teofania), nella quale è il futuro ad assumere un ruolo centrale, apocalittico ma generatore di un mondo nuovo. Questo è il tempo dell'Occidente, dispiegato nella ineluttabile sequenza di passato, presente e futuro, lungo una linea retta sulla quale scorrono gli avvenimenti, la storia. È a

partire dal XVIII secolo che la concezione lineare della temporalità si salda alla logica del progresso nei termini di una crescita costante di conoscenze e di benessere. In questo contesto il processo di civilizzazione – nella definitiva presa di distanza dalle cosiddette società primitive – può essere letto all'interno della stessa visione evolutiva della storia. La modernità si nutre dell'illusione che il progresso coltiva relativamente a una vita e a un futuro migliori, ma contemporaneamente diventa il luogo del suo collasso illuminando la perversione di una temporalità frammentata e inospitale. Charles Baudelaire (1821-1867) – il primo narratore della modernità – parla non a caso del tempo come di un "oscuro Nemico che ci mangia il cuore", di una "belva attenta e funesta", capace di impossessarsi dei corpi lasciando il segno del suo passaggio come un'evidenza di morte. E Sigmund Freud (1856-1939) descrive il disagio avvertito dal soggetto portatore di una doppia, inquietante presenza: il tempo lineare della coscienza e l'atemporalità dell'inconscio i cui processi non sono ordinati nel tempo e non risultano essere alterati dal suo trascorrere (Freud 1915). La modernità, dunque, sembra mettere in gioco le diverse e contrastanti istanze che la caratterizzano: da un lato la necessità di controllare e di dividere il tempo per renderlo produttivo e al passo con i processi di industrializzazione e di urbanizzazione e dall'altro la consapevolezza dei suoi abitatori di aver definitivamente rotto l'antico patto di amicizia con il tempo e con la sua divinità. Da un lato le osservazioni di Georg Simmel sulla puntualità indispensabile per regolare le attività metropolitane dentro uno schema temporale rigido e sovraindividuale (Simmel 1903) o di Émile Durkheim sul compito delle società di amministrare il tempo come ordinatore dei rapporti sociali (Durkheim 1912). Dall'altro le voci di chi patisce l'assalto della "belva funesta" e della sua impietosa chiamata di correità per aver percepito la fine dell'ingannevole dono

dell'eternità, dell'appaesante fiducia in un mondo migliore. In entrambi i casi, comunque, emerge la consapevolezza della vita quotidiana come insieme di tempi molteplici ed eterogenei, corrispondente alla varietà e frammentarietà delle esperienze metropolitane. Da questo punto di vista, l'avvento dei media di massa non solo si riverbera sull'uso del tempo libero ma modifica profondamente la percezione spazio-temporale di chi ne fruisce. È a partire dal presente che l'immaginario si dispiega sfidando ogni offerta di linearità, di successione progressiva. Stanziali, dentro un luogo domestico o una sala cinematografica, nello spazio degli schermi si raccoglie ciò che accade altrove, le immagini e i racconti da trattenere in un tempo che è quello della visione. Il consumo dei media non solo si riverbera sull'uso del tempo libero, ma modifica profondamente l'esperienza spazio-temporale dei soggetti e la loro percezione dell'abitare, dello stare nel mondo. Un mondo che sempre più si concentra sulla sua rappresentazione, si manifesta nei suoi simulacri così come avviene nei parchi a tema o nei centri commerciali, tipici esempi di luoghi dove quella che David Harvey definisce "compressione spazio-temporale" contribuisce a ridefinire l'identità stessa dei consumatori del divertimento più che delle merci. Le nuove soggettività che portano il segno di questa diversa relazione con ciò che accade, grazie alle nuove tecnologie, vengono definitivamente liberate dalla sequenzialità degli eventi e rese capaci di accedere alle informazioni, alla cultura, alla comunicazione con l'altro, secondo il proprio ritmo temporale. La rete costituisce il luogo adatto a sperimentare la simultaneità e a inaugurare una sorta di comunicazione condivisa per la quale diventa necessario stabilire un tempo comune capace di mettere in sintonia. Il mito dell'accelerazione forzata, caratteristico della modernità attuale, si traduce in una temporalità anomala che richiede di essere interrogata. Il tempo sembra concentrarsi negli interstizi del

quotidiano, nelle pieghe del vissuto e sfidare la possibilità di essere consumato negli spazi di risulta, nelle pause discorsive, nelle zone degli atti mancati. Tra un'azione e un'altra, tra un episodio e un altro, un'attività e un'altra, tra le diverse visioni offerte dalla quotidianità. La cosiddetta estensione del presente si ritrae di volta in volta nell'angusto confine del "tempo di mezzo", del "frattempo", una diversa coniugazione dell'istante dal quale è possibile guardare al passato e al futuro distogliendone lo sguardo.

Tempo presente
Alberto Abruzzese

> Erano i giorni migliori, erano i giorni peggiori, era un'epoca di saggezza, era un'epoca di follia, era tempo di fede, era tempo di incredulità, era una stagione di luce, era una stagione buia, era la primavera della speranza, era l'inverno della disperazione, ogni futuro era di fronte a noi, e futuro non avevamo, diretti verso il paradiso, eravamo incamminati nella direzione opposta. A farla breve, era quello un tempo così simile al nostro che alcune fra le voci più autorevoli, quelle che più strillavano, insistevano a giudicarlo, nel bene e nel male, solamente per superlativi (Charles Dickens, *Una storia tra due città*).

Nel primo capoverso del suo romanzo *Una storia tra due città*, pubblicato nel 1859, Charles Dickens (1812-1870) fa riferimento al 1775, quando l'Inghilterra "era felicemente infestata – scrive – dalle rivelazioni degli spiriti". A leggerlo oggi, questo stesso testo sembra parlare del nostro presente, a dimostrazione del fatto che i grandi mutamenti della società hanno sempre la caratteristica apocalittica, dunque rivelatrice, di "eccedere": nell'estrema congiunzione tra speranza di futuro e catastrofe morale, massimo rischio e salvezza, malattia mortale e guarigione. È in gioco, qui, la qualità anfibia delle tecnologie e quindi dello sviluppo moderno che ha sottratto il destino di morte e infelicità alla volontà divina. La malattia del mondo – cioè l'insieme di fattori che ne minano la capacità di sopravvivenza – rivela nei momenti di maggiore acutezza dei suoi conflitti volontà che agiscono come le strategie della medicina, ovvero in modo allopatico od omeopatico, per un verso in modo chirurgico (la pretesa di estirpare il male con il bene, motivazione ancora attuale nelle guerre "chirurgiche" del presente, tese a estirpare i luoghi che vengono indi-

viduati come focolai di malattia, cancri della civiltà), per altro verso in modo da guarire il veleno del male per mezzo di una graduale e controllata somministrazione dello stesso veleno così da rendere immune l'organismo che ne è vittima.

Trasfigurazione

Luisa Valeriani

Il verbo greco *metamorfòo*, usato prevalentemente al medio o al passivo, indica un processo di mutazione, una trasformazione sensibile, in cui il mutamento di apparenza non comporta solo un "diventare diverso" (*metaschematizesthai*), ma "diventare qualcosa d'altro" (*metamorfousthai*). In ambito storico-religioso la metamorfosi assume diversi significati: mentre nelle religioni misteriche ellenistiche il *transfigurari* è un'idea parallela a quella della rinascita o della divinizzazione, che comporta gradualità e difficoltà aristocratica di percorso, nella mistica e nell'apocalittica, in particolare giudaica, il mutamento della figura fa parte dei doni escatologici concessi ai beati. L'episodio della trasfigurazione di Gesù nel Nuovo Testamento richiama il contesto apocalittico, ma con una differenza: ciò che è promesso ai giusti per il nuovo eone, Gesù lo sperimenta già nel presente. E i giusti che sperimentano il prodigio della trasformazione di Gesù ne vengono plasmati dall'interno, convertiti (*metànoia*) alla sua immagine contemplata, in un presente che è tensione tra un "già" e un "non ancora" (Behm 1942). Il dato forte di singolarità della trasfigurazione è dunque nel possibile *kairós*, nell'istante salvifico di un'esperienza in cui si è talmente toccati dall'altro da esserne trasformati nello stesso istante in cui se ne acquista coscienza; figura di un'*aistesis* che non è il primo momento di un'ascesi contemplativa, ma morte dell'intenzione e potenza che plasma l'empiria.

La pericope evangelica può essere interpretata (Valeriani 1999), alla luce dell'ultimo Benjamin, come "arresto messianico dell'accadere", tempo talmente saturo da cristallizzarsi nell'attimo, interrompendo la scorrevolezza naturale del flusso. Walter Benjamin (1966) definisce "monade" la sospensione del movimento, il prendere corpo del

pensiero per il saturarsi delle sue tensioni interne, e "immagine" il meccanismo secondo cui "il passato si contrae nell'attimo" (materiali preparatori ai *Passagen-Werk*, Benjamin 1982). Il tempo messianico è dunque l'"adesso" delle cose, il presente come catastrofe di un tempo altrimenti inconoscibile perché continuità omogenea e vuota, presente come guizzo improvviso di un pensiero che scardina il continuum e rammemora il passato perché ne riconosce appunto una costellazione nel presente. Nell'evento della trasfigurazione l'interfaccia uomo-dio, reso *friendly* da una dimensione secolarizzata (mediata e incorniciata nel ruolo di maestro itinerante) dell'uomo-Gesù, precipita in un adesso di faccia a faccia uomo-dio, senza schermi e senza cornici: questo improvviso impatto con l'altro come risposta immediata pro-duce conoscenza, memoria, distruzione, trasformazione.

L'evento performativo-interattivo della trasfigurazione evangelica può dunque, proprio per la sua dimensione teologica e messianica, funzionare come categoria interpretativa (allegoria benjaminiana) dei comportamenti e dei processi culturali in atto, in cui l'interfaccia con i nuovi media tende a infrangere tutti gli schermi, a spezzare tutte le cornici, a produrre non più oggetti ma processi, non feticci ma avatar, altri sé (Valeriani 1999).

In questo senso, il processo esperienziale (cognitivo-comportamentale-creativo) simboleggiato nella trasfigurazione pare completamente invertire il modello invalso nell'intera storia del pensiero occidentale, simboleggiato dal *theorein* proposto nella *Repubblica* di Platone, nel mito della caverna: mentre per Platone la verità consiste in un allontanamento prospettico dal sensibile che acceca, nella trasfigurazione la verità precipita nell'assoluto dell'esperienza, diventa *Jetzt*, l'adesso, che non è più modello socializzabile, ma processo che attiva nuovi punti di vista, dispositivo comunicativo e non verbo da comunicare, meccanismo di autotrasformazione senz'altra garanzia che il suo stesso consumarsi.

Trasgressione
Alberto Abruzzese

Atto del trasgredire, eccedere i limiti posti da una norma, non attenersi a quanto disposto da leggi, violare un ordine. La parola trasgressione evoca una possibilità infinita di atti minimi o clamorosi, provvisori o risolutivi, in cui l'individuo è in "rivolta" con se stesso o con gli altri, con la storia, la società, l'ambiente, il mondo. Con l'altro: sia il cielo o il potere.

Nel corso del mio lavoro di ricercatore nel campo dei processi culturali e delle forme espressive sono stato attratto assai spesso da luoghi e figure in cui la trasgressione si fa dominante. Scelte controcorrente, contestative, abbastanza o del tutto naturali, se, guardando alla trasgressione, si resta nell'ambito delle poetiche e delle estetiche (ad esempio l'idea romantica di un artista che si fa figura archetipica della ribellione a ogni ordine e convenzione del potere – idea che, ridicolmente, alligna ancora persino nel pensiero sociologico e nell'opportunismo demagogico) o nell'ambito delle ideologie e delle politiche (le ricorrenti forme di contestazione nei confronti dei linguaggi delle merci e del consumo da parte di vaste componenti della cultura cattolica e marxista, cioè da parte dello spirito confessionale, elitario o corporativo di professionisti e intellettuali che, proprio in quei linguaggi "troppo" mondani, asserviti o massificati vedono gli stereotipi e l'omologazione da trasgredire in nome della propria coscienza critica). Qui la trasgressione è al suo "rovescio"; è a suo modo un re-gredire rispetto allo spirito del tempo, rispetto alla consequenzialità dei processi e dei meccanismi che sostanziano il destino occidentale del mondo. Un re-gredire, dunque, che si costituisce non tanto o non solo come "retromarcia" rispetto a un supposto processo lineare, evolutivo, finalistico, ma come sottrazione, come volontà di ri-

trarsi rispetto all'esserci del mondo. Qui la trasgressione – anche se, a differenza delle posizioni apertamente reazionarie e conservatrici, si incardina in parole, immagini, contenuti e azioni presenti nelle aree dette "progressiste" – resiste allo sviluppo (in qualche modo sottraendosi dunque alla responsabilità di essere nel "mondo che c'è", di "esserci"). Ma al tempo stesso tale strategia, ponendosi come antitesi e conflitto, offre agli stessi attori di questo genere di trasgressioni l'alibi tipicamente moderno (hegeliano) della dialettica e della mediazione, in ultimo legittimando e persino rafforzando proprio la direzione contro cui sembra muoversi.

Al contrario, una scelta trasgressiva risulta assai meno naturale, comunque meno frequente e davvero poco legittimata – sia socialmente che scientificamente – se, ad avanzare pretese di trasgressione, non si pongono i vertici ma le basi delle strutture gerarchiche del sapere e dell'agire, non i pochi ma i molti, non la testa ma il ventre dei corpi sociali, non la cultura critica ma invece la cultura affermativa, proprio i media più collettivi, i generi più triviali dello spettacolo e delle comunicazioni di massa, le forme più istintive ed emotive dei consumi diffusi, la superficialità più vana ed edonista delle mode, le derive più incontrollate del senso, sino ai margini estremi del *trash*, della "spazzatura", sino all'indicibilità della pornografia. Qui è difficile incastrare la trasgressione nei soggetti che vengono propriamente individuati in una cornice socialmente, sapienzialmente, politicamente, esteticamente strutturata. Qui la trasgressione si colloca all'esterno, ai margini o nelle pieghe di tali cornici.

Ma lavoriamo sull'etimologia della parola trasgressione. Al prefisso latino *trans* dobbiamo parole che rimandano all'"andare contro", "rendere diverso", a operazioni di "trapasso", "transito". Rimandano a forme di azione comunicativa spinte (in francese *très* significa "molto") e risolutive ("trapasso" significa anche "morte", "transiti" è diventato un termine d'uso post-moderno per dire "passaggi epo-

cali", "grandi mutamenti"). Si pensi a verbi come trasmettere e trasferire: rispetto al senso di parole quali "prodotto" e "comunicazione" essi calcano l'accento sulla direzione, sullo spostamento, invece che sulla centralità e interattività delle relazioni. Il prefisso *trans* conferisce dunque all'agire una vocazione molto "soggettiva", individua un attore o un attante che si fa capace di sconvolgere l'ordine spaziotemporale del proprio contesto di appartenenza o di quello altrui. Sino a sconvolgere ovvero assecondare se stesso, il proprio organismo biologico. Come fu all'origine, con la trasformazione della scimmia in uomo, questo lavoro di "ricombinazione" soggettiva del proprio corpo emerge ora con straordinaria forza ed evidenza nella figura del transessuale e nella sua aspirazione di legittimazione sociale dentro una società in cui nessun statuto civile aveva a suo tempo previsto la legittimità di tali de-generazioni.

"Trasgredire" comporta una violazione e quindi assume la sua effettiva sostanza solo a partire dalla natura di ciò che viene trasgredito. Sappiamo della trasgressione solo quando sappiamo del divieto e riconosciamo che questo divieto è condiviso dalla comunità che abitiamo. Un codice giuridico, il dettato di una legge o i confini segnati in una mappa geografica non bastano a darci il senso del divieto, dell'interdizione. Per avere nozione e desiderio di ciò che è la trasgressione dobbiamo vivere una situazione emotiva, sentire dentro e fuori di noi lo strappo inatteso di una scelta che ci mette allo scoperto, a rischio. Quando trasgrediamo senza saperlo e mostrando di non saperlo, l'effetto sugli altri è quello della comicità oppure della compassione: in tutti e due i casi il trasgressore non è più scelto come interlocutore ma come puro e semplice attore-attante di ciò che lo spettatore sa di non potersi permettere, di ciò che, dovendo essere preso per vero, per intenzionale, non sarebbe più nel dominio del riso o della commiserazione, ma della tragedia e della legge.

Il verbo trasgredire ha un'etimologia che, rimandando a "passare oltre", indica la natura di un'azione eccessiva

(anche "eccedere" allude ad "andare fuori"), cioè a un oltrepassamento. Trasgredire significa allora abbandonare una provincia di senso ed entrare in un'altra, varcare un limite prestabilito, una soglia data per serrata e invalicabile, e dunque presidiata da norme e leggi, sorvegliata dagli officianti, testimoni, gestori e custodi di un sistema di valori che si fonda su se stesso, escludendo tutto ciò che non è all'interno dei propri confini. Siamo in una zona di parole che pongono lo sguardo sulle forme di sconfinamento da un regime di potere – religioso, espressivo, linguistico, politico, sociale, giuridico – a un altro. Nell'ambito delle teorie dei sistemi, delle teorie del mutamento e del conflitto, sappiamo che la sopravvivenza di un sistema è dovuta non alla sua chiusura rispetto a fattori alieni, esterni, ma al contrario alla loro progressiva assimilazione e metabolizzazione. Un sistema chiuso è condannato a deperire e infine disgregarsi. Sotto quest'aspetto i dispositivi di controllo di un sistema – un territorio, un apparato, un testo – non sono chiamati a vigilare sulla rigidità ma sulla labilità dei limiti tra ordine e disordine, malattia e salute. Qui la tragressione assume una funzione necessaria di creatività e innovazione, si fa garante della trasformazione; la sua capacità di rigenerare è più forte della sua capacità di distruggere. È una trasgressione che opera sulla linea di confine tra il legittimo e l'illegittimo, cercando di rendere più elastiche le norme, più amplio lo sguardo dei sorveglianti, più ricche le forme di metabolizzazione culturale. Tuttavia, sappiamo anche che un sistema regge sino a quando non vengano in tutto negati e delegittimati i suoi valori fondanti, il carattere produttivo della sua crisi si spinge allora a un punto di catastrofe, quindi a una condizione irreversibile di autodistruzione. Non più un sistema aperto – società, lingua, ordinamento – ma un insieme di forze tra loro incoerenti, un moto centrifugo verso la costituzione di altri sistemi. Qui la trasgressione assume una funzione "rivoluzionaria", si fa non più portatrice di un graduale aggiustamen-

to di valori che tuttavia, preservati nella loro sostanza, continuano a essere dominanti, ma si fa responsabile di una negazione senza ritorno, di un netto abbandono del precedente territorio di appartenenza e di un risoluto ingresso nell'"oltre" e nell'"altro". Dunque in nuovi territori: così l'azione di trasgredire rimanda a altrettante dimensioni metaterritoriali come tradurre (trascinare una persona da un luogo all'altro, deportarlo, ma anche trasferire i contenuti di un testo da una lingua all'altra, da una sfera sensoriale all'altra: riscrittura, ricreazione, trasformazione; adattamento di un romanzo per il cinema, traduzione di una musica in corpi, immagini e colori); oppure come tradire (consegnare ad altri, consegnare oltre, dunque una provincia di senso assai vicina al verbo trasmettere e pur sempre comunicare, mediare – qui torna l'ambiguità tra mediazione e tradimento).

Infine – e paradossalmente – il termine trasgressione si apparenta con un termine autorevole come tradizione: "il tramandare notizie, memorie, consuetudini da una generazione all'altra attraverso l'esempio o testimonianze o ammaestramenti orali o scritti". Per questa via, la trasgressione, seppure ambiguamente e paradossalmente, rimanda quindi alla forma esemplare dei monumenti e dei musei, alla sapienza dei canoni, al magistero della scuola, all'autorità dei libri. Ne illumina un aspetto, quello – se presente – più vitale e produttivo. Questa stretta parentela tra trasgressione e tradizione è infatti inconcepibile per quanti ritengono di dover restare subordinati alle regole, esserne i controllori e sorveglianti, invece che gli "animatori"; per quanti ritengono che sia l'apicità di una tradizione congelata in se stessa, incapace di tradirsi e tradursi, a imporre e legittimare la violazione dei linguaggi e dei valori emergenti in quanti invece si pongono oltre i limiti, le regole, le leggi della tradizione vigente, la misconoscono, ignorano, eludono, dimenticano.

Ma tale parentela tra trasgressione e tradizione è assai meno paradossale, se pensiamo che tutta l'esperienza mo-

derna è attraversata dal tentativo di far vivere la tradizione non attraverso la sua continuità e dunque ripetizione, ma attraverso la sua crisi, la sua discontinuità e dunque innovazione; non con i mezzi della riproduzione ma con quelli della trasformazione. Della traduzione e persino del tradimento. In sostanza, appunto sempre ancora della trasgressione. Estremo tentativo di riandare ai fondamenti della civiltà, identificandoli non nella loro sopravvivenza ma nei punti più traumatici della loro catastrofe, della loro impossibilità e quindi della loro "apertura". La storia dei moderni è la storia di una catena progressiva di trasgressioni, eccessi, transiti senza ritorno: essa culmina con i dispositivi radicalmente "negativi" delle avanguardie storiche per venire infine pienamente assunta dallo sviluppo delle tecnologie, ora in tutto palese trasgressione di ogni primigenia natura del mondo, degli uomini e delle cose. Sino alla percezione, nuovamente tragica, della funzione affermativa delle trasgressioni, del loro pieno disvelarsi come ingrediente necessario alla volontà di potenza occidentale. E proprio questo crescente sentimento di vocazioni trasgressive – intimamente connesse a ogni vincolo autoritario o mediatore con cui la società moderna ha regolamentato la loro eccitazione e la loro repressione – si manifesta nella cornice del tempo presente, tempo in cui si stanno manifestando i fenomeni più tipici della società post-moderna. Spirale trasgressiva tanto intensa ed estesa – tanto remota e profonda – da sfuggire non solo ai dispositivi di controllo che su di essa, come si è detto, stanno esercitando i regimi storici del potere, ma anche ai confini biologici dell'umano.

Tribù
Alberto Abruzzese

Le tribù si inseriscono nella frantumazione dei rapporti spazio-temporali del Moderno e solo un sofisticato senso estetico può ricondurle a un quadro globale o su una coerente linea di demarcazione critica. Le tribù si svincolano dal *tutto*: esse non abitano più la contemporaneità televisiva. Vi sono cresciute dentro ma, pur stando dentro i suoi flussi, le sono insorte contro e hanno preso a disincagliarsi dalla sua uniformità, dal suo tempo storico. Abitano tempi asincroni e spazi sradicati dalle antiche mappe. Si scompongono e ricompongono tra materiale e immateriale. Tracciano i propri confini intorno a un frammento e vi fanno crescere il loro universo, la loro specifica territorialità. Tribù è parola alla moda: tuttavia le tribù corrodono il legame classico tra moda e processi di socializzazione. Muovono dentro ma contro il patto di reciprocità tra individuo e massa che è stato realizzato dal progetto moderno. Agiscono sul versante del desiderio, ma senza costringerlo in un progetto complessivo e progressivo. Vivono nell'*interzona* tra bisogno sociale e persona, tra costruzione e dissipazione, tra felicità e dolore.

Si usa il termine tribù per marcare l'intensità identitaria con cui è l'oggetto del desiderio ad aggregare, a fare gruppo, a sentire e dire: può essere una squadra di calcio così come l'andare in bicicletta, uno sport estremo così come una forma d'arte, di abbigliamento, di comportamento o di memoria. Riemersa dai libri di storia e antropologia – in cui significava i primi bagliori di aggregazione umana, la matrice del mondo civile – la tribù definisce ora piccole e grandi comunità in fermento, ciascuna matrice di se stessa. Il territorio delle tribù odierne non è più quello vicino alla violenza della terra e al mistero dei riti, all'indistinto nucleo originario su cui è cresciuta anche la

cultura istintiva delle masse, del loro immaginario collettivo. Se ne emancipa quanto più ne è stato dominato. Se ne distacca quanto più vi si è alimentato, sino all'estremo di sé. Pervaso dalla moltiplicazione identitaria della persona, della sua singolarità, della sua esperienza storica, ha preso via via le sue distanze dal polo magnetico di un'unica origine e si è andato ridistribuendo nelle tante spaziature – fisiche, somatiche e immateriali – che i consumi hanno aperto e disinibito.

L'uomo-massa si sta frantumando in infinite tribù: il branco si scompone in tanti modi d'*esserci* e dunque in tanti diversi modi di *apparire*. Scambiabili e modulabili su standard di intensità e durata multipli, ma ogni volta a sé stanti, senza solidarietà o coesione con l'altro da sé. Tuttavia è una frantumazione pronta a stringersi nuovamente in un tutto, una molteplicità in grado di sfruttare l'automatismo della sua così lunga e ricca convivenza collettiva. È ancora pronta a tornare compatta come lava incandescente, come virtù generalista, quando accada qualcosa – un evento, magari la morte di Lady Diana – che rimette in gioco sulla scena planetaria l'essere al mondo di ciascuno, la sua appartenenza primordiale a una coesione istintiva – senza resti e differenze – che è stata nutrita appunto dalla paura del sempre rinnovato *esserci* al mondo dell'individuo.

Quindi lo spirito della tribù può farsi arma contro l'intollerabile sopravvivenza del Moderno, contro il suo fondato totalitarismo, solo a patto di comprendere – e negoziare – il senso dei new media, la soggettività riposta nella nuova dimensione corporea dell'umano finalmente realizzata dalla comunicazione digitale, dal suo donarsi al bisogno emergente. Questa dimensione – suggerita, ai bordi dell'estetica, da Mario Perniola (1994) nel suo *Sex appeal dell'inorganico* – si apre a una possibilità antimoderna e al tempo stesso politica, solo sapendo ancora una volta contrattare il senso delle cose tra l'agire panico della massa e l'agire simbolico dell'individuo.

Forse è giunto il momento di dire basta alla stanca e sospetta ripetitività delle estetiche post-moderne. Giustamente Lea Vergine (1996) definisce il *trash* degli artisti (ben diverso da quello in cui molte tribù si annidano) come forma *classica* del Novecento: ma proprio in questo rovesciamento finale della tradizione moderna si scopre un bidone vuoto della sua pienezza, magari struggente e intenso, folgorante e rivelatore, disperato e sublime, ma *finito*. Consumo estinto. Impossibilità di una sfera dell'arte che non sia perenne ritorno – perenne condanna – all'autorità del modello, alla compiutezza del classico.

Al contrario il senso della tribù cresce là dove il *trash* non si fa stile dell'artista, ostentazione da galleria o museo, ma comportamento, modo d'esserci. Quando lo spirito *trash* vive senza intenzionalità estetica ma spontaneamente, il senso dell'arte si inabissa: l'artificialità umana progredisce sulle sue rovine, le ingoia, le sublima sempre più ai margini della cornice estetica, del suo fatale restringersi su se stessa quanto più tenta di farsi specchio anamorfico di ciò che la nega.

Il fare post-moderno dell'arte si ostina a vomitare sempre di nuovo la propria vicenda terminale, il proprio smarrimento, mentre invece il post-umano tenta di segnare un passaggio sostanziale: l'abbandono dell'Umanesimo, del tempo e dello spazio della storia moderna. È un abbandono paradossale poiché in questa fase non può che apparire socialmente acefalo, senza scrittura e dunque senza legge: è l'abbandono del fulcro epocale in cui con il paradigma e il dispositivo della prospettiva era nata la società dello spettacolo, della dimensione frontale della scena, del potere della piazza e delle sue merci come "buon governo", come civiltà. Questo è dunque il significato da dare a post-umano: le tribù del presente, con la loro proliferazione centrifuga, hanno da vivere l'avventura di un corpo artificiale mai prima incarnatosi. Mai prima scritto o fatto figura, scena, set, tecnologia. Un corpo restato fuori della vista e della parola, sensibi-

le per difetto o eccesso, solo nella dimensione dell'impotenza e del limite.

È l'incarnazione del cyberspazio: anche il collezionista di francobolli vi appartiene, così come il feticista che raccoglie mutandine usate o l'artista che si dissangua in scena o si innesta nelle viscere protesi meccaniche. L'arte, ormai decontestualizzata e codificata, vale qui quanto ogni altro materiale di base. Reperti per *bricolage*: come la spazzatura o i detriti industriali. Le tribù sono in transito dalla presenza del moderno alla sua possibile – eventuale – sparizione: a giudicare e tentare di controllare questo transito, vi sono solo i brandelli delle vecchie istituzioni.

Ma sono proprio questi brandelli a trattenerci: legami ancora forti e solidali che vorrebbero ridurre la portata dell'innovazione cibernetica alla loro stessa unità di misura: vorrebbero, anzi, che la potenza delle reti e dei linguaggi digitali li aiutasse a fare risorgere la continuità dell'Umanesimo occidentale. Scrivendo e leggendo, noi apparteniamo comunque a questa logica, a questa *ratio*. Rifiutiamo Mefistofele per restare fedeli a Margherita. Cacciamo il Commendatore dalla nostra tavola per continuare a pentirci senza provare finalmente le fiamme dell'inferno.

Veggenza
Alberto Abruzzese

Parola di ambito magico, in cui il vedere con la vista slitta in altro dalle apparenze ordinarie del mondo e in altro modo di percepirne i segni, raggiungendo la qualità profetica della divinazione, cogliendo dunque le "meraviglie" che si celano in ciò che la razionalità definisce come visibile e dicibile. Un pensiero, dunque, che – sottraendosi alle norme e ai codici sociali della condivisione e oggettivazione del mondo esterno – ricorre alla propria sensibilità personale per decifrare l'invisibile e accedere così al sovrannaturale. Nella lunga durata delle società premoderne, la veggenza è stata strumento di rituali, di caste religiose e di tradizioni fondate sulle sacre scritture. Nell'ambito popolare la veggenza è raggiunta dal folle, dal "pazzo del villaggio", colui che – come nella trance e dunque alienato, reso alieno, fuori del mondo – si fa straniero agli altri e a se stesso. Nell'ambito della poesia simbolista, il veggente non è più la figura triviale e mondanizzata dell'indovino (colui che scommette sul futuro, tentando di pre-vederlo), ma è la figura risacralizzata dell'artista in grado di rivelare il presente, di dare senso a emergenze e relazioni semantiche altrimenti inesprimibili. La sua voce o le sue immagini escono dalla sfera delle arti storiche e invece di recuperarne l'aura sociale mirano a estendersi nella sfera arcana del sacro. Questa vocazione divinatoria, emersa nel dis-ordine sociale e nella con-fusione semantica del primo sviluppo metropolitano, si è spinta sino alle avanguardie storiche, in particolare al surrealismo e alla pittura metafisica (e sulle tecniche di veggenza elaborate dalle avanguardie si sono fondate non a caso le strategie fascinatorie della pubblicità, l'evocazione di bisogni e di segni "sommersi").

Siamo dunque sulla soglia tra pensiero apocalittico (rivelatore) e creatività, la dote personalissima di connettere

cose che il sapere istituzionale e i linguaggi sociali lasciano divise tra domini distinti e tra loro incomunicabili, senza alcuna possibilità di correlazione. Seguendo questa traccia interpretativa, possiamo individuare un'importante svolta socioculturale nelle innovazioni tecnologiche odierne. Nella dimensione della piena modernità la veggenza non poteva che essere realizzata dalla genialità del singolo, dalla personale inclinazione istintiva, assai più sensoriale che cognitiva dell'individuo, mentre invece, nell'attuale dimensione post-moderna dei linguaggi messi in opera dal computer, la veggenza si fa qualità generale dell'intelligenza collettiva della Rete. Grazie all'elevatissimo potere connettivo di cui essa dispone, le doti del veggente sembrano potere entrare nella vita ordinaria dei consumatori.

Viaggio
Germano Scurti

Il viaggio è il fenomeno spaziale per eccellenza che fa dell'osservazione del territorio e della possibilità di sperimentare l'alterità la propria ragione d'essere. Nel rispondere al bisogno di autorappresentazione, di autodefinizione rispetto al mondo, esprime una funzione esistenziale ricca e insostituibile. Nella sua smagliante reputazione di privilegio (escludiamo ovviamente il viaggio degli emigranti), esso aiuta a definire e a rappresentare un *qui* nel quale situarci e un *altrove* rispetto al quale misurare la propria presenza. È il tempo della mobilità che esprime transizione e trasformazione, aspettative di rigenerazione e cambiamento: il segno di quella concentrazione "liminale" che materializza gli effetti della mobilità nella formazione dell'io, dei legami e delle strutture sociali. Da sempre le forme della mobilità sono legate alle trasformazioni dello spirito, della sensibilità e della socialità. Pensiamo alla concezione del viaggio come penitenza, alla coppia originaria scacciata dall'Eden e costretta a viaggiare per espiare le colpe.

Il discrimine che ci permette di stabilire un nesso più diretto con la modernità è tuttavia costituito dal viaggio eroico: il viaggio come scoperta e avventura, il viaggio solitario del cavaliere medievale che definisce un nuovo concetto di libertà e individualità. Con il suo diritto a viaggiare, il cavaliere errante incarna appunto la condizione dell'uomo libero, a cui si contrappone la servitù, radicata alla terra. Qui è la libertà stessa, come l'opposto del legame con la terra e la casa, che disegna l'immagine della "persona" moderna, caratterizzata da mobilità e autonomia. Si tratta del viaggio che trae fonte di piacere nel distacco dell'individuo dai riconoscimenti e dalle identificazioni che lo definiscono. Grazie a questo sradicamento culturale, tra il

XV e il XVI secolo, si è considerato che le trasformazioni generate dal viaggio fossero il risultato dello sviluppo della capacità di osservazione del mondo. Il filosofo errante dell'antichità divenne così il viaggiatore umanista del Rinascimento e poi il viaggiatore scienziato del Seicento e Settecento. La definizione baconiana della disciplina dell'osservazione, del resto, non è altro che la legittimazione della pratica del viaggio rinascimentale: il Grand Tour, il modo in cui i giovani signori completavano la propria educazione; il viaggio di formazione, il viaggio inteso come conoscenza diretta del mondo sensibile e appropriazione dell'individualità spaziale dei luoghi (Leed 1991). Dal Rinascimento in poi il viaggio diventa un metodo per impadronirsi del mondo, attraverso una disciplina che genera la coscienza di sé grazie appunto all'osservazione del mondo. In questa capacità di elaborare immagini e rappresentazioni generali, il viaggio trasforma il mondo in oggetto e l'io in soggetto. Due misure di una stessa estraniazione: un soggetto che guarda un mondo di oggetti *en passant*; un mondo oggettivato che permette al soggetto-viaggiatore, escluso dalle realtà interiori, di cogliere solo superfici e forme. Prende forma il controllo razionale dello spazio attraverso il "pensiero calcolante". Ovvero il progetto di dominio sulla natura che Horkheimer e Adorno, nella *Dialettica dell'illuminismo* (1947), hanno interpretato seguendo le avventure di un viaggiatore esemplare: Odisseo. Questa trasformazione del mondo in superfici e forme si è comunque dispiegata pienamente solo con il viaggio in epoca industriale, che ha fatto venire meno l'intimo rapporto tra viaggiatore e spazio percorso tipico del Grand Tour. L'industrializzazione, la meccanizzazione delle forze motrici, in particolare la ferrovia (Schivelbusch 1977), pone infatti un *medium* tra il soggetto e l'oggetto, tra l'io e il mondo. Tra il viaggiatore e il paesaggio si intromette la tecnica che crea un nuovo tessuto di forme comportamentali e percettive. Prende corpo una nuova relazione tra sistemi tecnici e soggettività, il cui risultato più eclatante è stato definito

come "panoramatizzazione" del mondo (Sternberger 1974). Lo sguardo panoramatico (Benjamin 1982) è un sguardo creato dal movimento la cui fugacità rende una visione d'insieme chiamata appunto panorama. Nel suo contesto il viaggiatore-passeggero viene addestrato a percepire la realtà come fosse l'effetto di un montaggio accelerato di fotogrammi. Al pari del cinema, infatti, anche la ferrovia porta le cose più vicine allo sguardo e più vicine tra loro, ma la profondità lascia il posto a una superficie dipinta bidimensionalmente. Il paesaggio diventa una realtà evanescente e impressionistica. Non più oggetto di una contemplazione statica, si trasforma in uno spettacolo dinamico che sottrae lo spazio al suo luogo d'origine, al suo *hic et nunc*. Il panorama priva i luoghi della loro identità, della loro aura.

L'industrializzazione, e con essa l'industrializzazione del viaggio, segna dunque la fine del valore d'uso, tanto delle merci quanto dei paesaggi. Dà luogo al processo di fantasmatizzazione del territorio fisico, in cui ciò che prevale non è più l'esperienza del luogo ma la sua immagine. Corrisponde in tal modo al desiderio delle masse di disporre delle cose "più da vicino" – desiderio che la ferrovia, la fotografia, il cinema e la televisione, hanno reso esaudibile – accompagnato appunto dall'indifferenza verso gli originali e dal successo delle riproduzioni. Il coronamento di questo sogno borghese di appropriazione del mondo avviene, tuttavia, con l'invenzione del viaggio-turistico-organizzato per opera dell'inglese Thomas Cook nel 1845. Da questo momento in poi, non si tratta più di abbandonare la propria dimora ma di estenderla a tutto il mondo. Si tratta di prendere il mondo senza esserne presi, seguendo l'utopia che attraversa i sogni di Jules Verne. Ne parla Roland Barthes a proposito del *Nautilus* di Capitan Nemo:

> L'immaginazione del viaggio corrisponde in Verne a un'esplorazione della chiusura (…) non deriva da una mistica banale dell'avventura, ma al contrario da una felicità comune del finito, che si ritrova nella passione infantile per le ca-

> panne e le tende: chiudersi e installarsi, tale è il sogno esistenziale dell'infanzia di Verne (Barthes 1957).

Da questa insanabile aporia, lo star fermi in movimento, nasce prima la domesticità in viaggio, il comfort, la tendenza a ricreare un ambiente familiare, di tipo domestico, all'interno dei mezzi di trasporto, poi, con la televisione, il viaggio nella domesticità. Si sviluppa così un cortocircuito tra viaggio e dimora, reale e immaginario, vicino e lontano, che implode (come nei parchi Disney) in una *bagarre* di spettacolo e gioco: un grande gioco, appunto, che crea quella nuova spazialità del viaggio legata e determinata da un referente immaginario. Un tempo l'immaginario sembrava essere lo specchio del reale. Oggi ne costituisce la "verità".

Sono queste, comunque, le coesistenze che riflettono le direzioni verso cui muove il viaggio contemporaneo. Siamo sulla scia della logica postmoderna che aumenta a dismisura gli effetti implosivi dell'immagine e concentra, in "non-luoghi turistici" (Augé 1992) o nei saloni di *virtual holiday* di recente concezione, un potere attrattivo senza precedenti, che annulla l'effetto della distanza e diluisce il significato dello spostamento verso un altrove ormai a portata di mano. Tutto sembra essere qui e ora. Il viaggio contemporaneo, in sostanza, come nell'implosione del lontano (e del vicino) che si verifica nei nostri schermi, sembra far proprio lo spirito dell'epoca e dei suoi canoni spaziali: uno straordinario *collage* di standardizzazione e particolarismo, di globalizzazione e localismo, nel quale la fluidità dei significanti ci consente di estrapolare, nelle forme di un mero cannibalismo estetico, solo gli spezzoni che più colpiscono i nostri sensi. La sua liminalità, la circolazione senza fine, il gusto di "navigare" fine a se stesso, proprio dei futuristi, dei situazionisti e della letteratura americana *on the road*, sembra così diventare una condizione abituale dell'uomo contemporaneo, ormai assiduo frequentatore di spazi di transizione.

Videogiochi

Alberto Abruzzese

Il termine videogames si compone di due punti di riferimento: da un lato il *video*, cioè la cultura televisiva, lo sguardo del monitor, la miniaturizzazione del tempo e dello spazio; dall'altro lato il *gioco*, cioè strategie di interazione definite da regole, pratiche e teorie di volta in volta concordate. Da un lato un "visibile" prosciugato e segmentato dall'intervento dell'elettronica sui processi di produzione e riproduzione dell'immagine; dall'altro lato un "invisibile" strutturato da precisi codici conflittuali, servito da collaudati schemi logici, sostenuto da forti convenzioni scientifiche. Da un lato il terminale di accesso tra tutto l'immaginario collettivo e il consumatore; dall'altro lato la formalizzazione estrema di alcune regole sociali; da un lato una realtà sociale espressa spettacolarmente; dall'altro lato una realtà sociale espressa in capacità intellettuali; da un lato finzione e dall'altro lato funzioni, seppure nell'unica area della simulazione.

Vi è quindi un preciso scenario storico e teorico-politico in cui inserire i videogames se vogliamo interpretare correttamente il loro avvento come risposta tecnologica adeguata alle qualità delle modificazioni profonde del tessuto sociale e dei rapporti di potere che caratterizzano tale tessuto.

Bisogna infatti risalire alla fase di trapasso (e di integrazione) dalle forme di comunicazione e di rappresentazione riferite alla riproducibilità tecnica, che ha avuto come tecnologia egemone quella cinematografica, alle forme di comunicazione e di rappresentazione riferite alla riproducibilità elettronica, che ha ancora oggi nella televisione il suo apparato di maggiore evidenza.

È quindi un gioco *elettronico*, questo, che marca la dimensione attuale del consumo televisivo. E questo gioco va a sua volta collocato in uno scenario sociale caratteriz-

zato dalla crisi delle istituzioni e dei movimenti di tipo "stabile", attraversato da una serie di piccoli movimenti di natura breve, episodica, effimera ma tanto più "forti" quanto più distanti dai modelli tradizionali. Movimenti esplosi nelle fessure della vita quotidiana. Movimenti che trasgrediscono storicamente le teorie e le pratiche della civiltà industriale di massa.

Come l'elettronica rivoluziona l'universo tecnologico della riproducibilità "meccanica", così la società post-industriale rivoluziona la categoria della società di massa e vede aprirsi una conflittualità nuova in cui tutti quei valori di soggettività e individualismo, che parevano essere destinati a dissolversi a causa dei processi di concentrazione e massificazione dello sviluppo industriale, riemergono con prepotenza.

Molti punti di riflessione, accesisi in questi ultimi anni sull'intero territorio nazionale, si sono spinti a considerare il valore innovativo, oltre che puramente tecnico o economico, dei videogames. Si sono spinti a scoprire la novità culturale di questi attrezzi che abbiamo chiamato giochi elettronici, macchinette apparentemente futili, presenti in modo diffuso su scala planetaria ma con grandi capacità di "localizzazione".

Guardiamo le diverse "generazioni" di videogames, analizziamo lo sviluppo del dispositivo. È stato uno sviluppo rapidissimo ed estremamente significativo: in questo sviluppo è possibile trovare, storicamente espresso, l'inizio di un nuovo ciclo dell'industria culturale caratterizzata dall'integrazione forte, esplicita e programmata, tra spettacolo, informazione, gioco e conflitto. La caduta storica, anche, di ogni distinzione tra apprendimento e intrattenimento.

Vediamo il primo livello, la prima generazione: il *tennis*. Il giocatore è portato a uno schema di conflitto *dualistico* (forma di sapere tradizionale tipica di una società industriale che fa riferimento prioritario a una cultura della produzione).

Pensiamo al secondo modello, alla seconda generazione (si badi che questo termine ci rimanda alla progressione dell'intervento elettronico sulle diverse fasce di età): *il muro.* Il giocatore è ancora mantenuto in uno schema di conflitto frontale, ma impara ad aggredire un insieme inizialmente compatto e ostile all'iniziativa individuale (potrebbe essere qualsiasi apparato o istituzione); mano a mano che il gioco avanza il soggetto deve immagazzinare informazioni e accelerare i tempi di risposta (utile educazione al rapporto velocità-politica); quanto più il giocatore penetra e distrugge la compattezza del muro, scompagina l'ordine dei "mattoni", tanto più il conflitto si fa violento e le mosse imprevedibili e la "base" di cui dispone si fa sempre più *esigua.*

Passiamo alle generazioni successive: i *wargames.* Ancora schemi di attacco e di difesa frontali; lo spessore simbolico torna ad arricchirsi, dopo l'essenzialità dei codici presenti nei primi modelli. Il ricorso alla fantascienza è significativo.

Poi sono venuti schemi di *wargames* in cui il conflitto non è più frontale, l'insidia si fa *diffusa*, persino i *mondi* in cui il giocatore interagisce sono moltiplicati al di là del "reale". Siamo giunti alla richiesta di prestazioni estremamente difficili: un corpo e una mente non educati sono incapaci di usare queste macchinette.

Infine tutte le forme di gioco sperimentale vengono agite in contesti, scenari, situazioni che fanno riferimento a precise pertinenze di genere, a luoghi spettacolari, a eroi, favole e mitologie. L'immaginario collettivo rientra nel *monitor* e il giocatore regola il racconto in uno schema di conflitto, in rapporti di forza con la macchina, procedendo per errori e vittorie, domina la scena o ne resta sconfitto.

Abbiamo descritto l'evoluzione di un dispositivo dalla sua fase primitiva a un suo primo livello di maturazione culturale. Non faccia meraviglia che la fortuna sociale ed espressiva del videogame si fondi su questo suo primo ra-

pidissimo segmento evolutivo. Basta ricorrere alla scienza della comparazione: pur essendo determinato da un bisogno sociale e da una ricchezza culturale che sono alla loro massima altezza, ciascun dispositivo tecnologico muove da un livello elementare e solo gradatamente si impossessa della complessità insita nei dispositivi tecnologici che lo precedono, che sono "arretrati", che perdono terreno (meglio: che *perdono territorio*), che progressivamente, dunque, perdono pubblico.

Oggi le *play station* per "giocare" sono anche strumenti usati per il consumo di testi digitali, entrando così nella generale dimensione connettiva della multimedialità e interattività dell'I.C.T.

Virus
Marco Binotto

Il termine virus è ormai troppo noto per doverlo definire, ma nello stesso tempo appare ambiguo. Quest'ambiguità lo rende tuttavia estremamente fertile per la riflessione sulla società e sulla comunicazione. Si tratta di un termine che contiene in sé molteplici aspetti, punti di vista, possibili utilizzi. È una metafora per l'immaginario collettivo e un punto di vista sociologico, un significato e un modello di studio. La sua forza metaforica – con i connotati medici di contagio, contaminazione, epidemia, malanno – è indubbia. Allo stesso tempo il virus richiama letteralmente l'orrore per gli effetti mortali delle epidemie e delle pestilenze, che in passato hanno minato le fondamenta stesse delle civiltà. Se la peste, il colera, il vaiolo sono state almeno in Occidente debellate, il loro incubo tuttavia si ripropone a ogni nuova epidemia. La portata semantica che connota il termine virus riemerge all'apparire di ogni male sconosciuto e apparentemente incontrollabile. L'origine di queste nuove patologie appare misteriosa, oscura. L'AIDS quanto l'Ebola, il carbonchio quanto l'antrace, il ritorno di alcuni malanni arcaici quanto la comparsa di nuove armi per guerre batteriologiche, il timore per la loro pericolosità letale, si traducono nell'ossessione relativa al loro possibile uso. Riprodotti in laboratorio, questi morbi possono infatti diventare temibili armi del terrorismo. Come questi microscopici nemici della salute, i terroristi sono un nemico celato negli interstizi della nostra società, del nostro stesso corpo. Dai "virus letali" fino alle invasioni aliene, dagli "ultracorpi" ai "kamikaze", l'incubo dell'infiltrazione invisibile lega il gruppo, può provocare guerre e pulizie etniche. La metafora virale è così associata a ogni nuovo pericolo che ne riprende i tratti e le sembianze: epidemie di virus elettronici, diffu-

sione delle notizie e delle disinformazioni o addirittura l'agire stesso della comunicazione, contagio delle idee, "virus della mente". Il virus elettronico, come la leggenda, il pettegolezzo o anche l'Aids, utilizza i nostri stessi canali di comunicazione, è un pericolo temibile proprio perché sorge dalla nostra stessa inesauribile necessità di comunicare, viaggiare, scambiare (Binotto 2000).

La forza metaforica della malattia (Sontag 1977), ora come in passato, permette l'uso del suo rappresentante emblematico per demonizzare e rappresentare il Male. La metafora si trasfigura in metonimia, diventa un semplice segno per rappresentare questi pericoli. Il virus diventa così una musa per la fantasia degli autori dell'industria culturale, l'incubo del contagio diviene un perfetto *cliché*. L'immaginario cinematografico è spesso costellato da attacchi infiltranti, subdoli, inesorabili. Tanto il virus è forte nel nostro immaginario, tanto diventa comprensibile e verosimile nelle nostre vite. Il virus, infatti, non è solo un modello ma uno *sguardo*, una modalità di analisi che appare efficace quando strumenti e tecnologie agiscono in modo inavvertito, subliminale. Quando le folle e le reti dominano la scena e le idee appaiono diffondersi per imitazione o contagio; quando nessuna autorità o governo pare dirigere i sistemi complessi; quando questi ultimi appaiono funzionare come organismi o mega-macchine; quando i segni, come le merci, si riproducono senza sosta perdendo di significato, quando il loro fine unico sembra la semplice riproduzione; quando la contaminazione e la confusione dei confini appare la norma; quando gli effetti sembrano soverchiare le cause.

Gustave Le Bon o Gabriel Tarde spiegavano con la metafora del contagio il comportamento delle masse. Marshall McLuhan o William Burroughs sottolineavano i cambiamenti virali, inavvertibili, prodotti dalle nuove tecnologie, nello stesso modo in cui oggi la memetica di Richard Brodie e Francesco Ianneo e le spiegazioni antropologiche di Dan Sperber e Serge Latouche utilizzano gli

strumenti dell'epidemiologia per spiegare il comportamento dei sistemi complessi, l'immagine del virus per spiegare la comunicazione.

Per illustrare questa complessità, il "pensiero virale" appare il più fecondo perché collega campi disparati e guarda non al funzionamento normale ma alle patologie, non alla regola ma all'eccezione, anzi all'eccezione per scorgere la regola. Se è vero che, come scriveva Friedrich Nietzsche, "essere malati è istruttivo", filosofi come Gilles Deleuze e Felix Guattari e sociologi come Jean Baudrillard (1990) ci sembrano i più adatti a introdurci alla virologia. Osservatori del flusso ma non della struttura, dell'insensato e del complesso, dell'ironia e dell'immoralità del mondo.

Visibilità
Alberto Abruzzese

Il momento preliminare di un'aggregazione umana consiste nella reciproca comunicazione tra i suoi soggetti. La qualità delle forme di comunicazione è andata evolvendosi da livelli vicini alle manifestazioni somatiche del branco, sino alla codificazione dei gesti e infine all'articolazione della parola, primo possibile grado di una forte ma articolata coesione identitaria tra una singola persona e l'insieme dei suoi simili. Nucleo genetico della comunità è dunque l'oralità, la viva presenza e partecipazione dei corpi in uno stesso luogo. Le parole vivono alla loro origine sulla visibilità, allo stesso modo delle espressioni psicosomatiche del corpo che le pronuncia e che ne qualifica il senso; allo stesso modo degli oggetti, dei segni e delle immagini, che assumono una loro effettiva forma solo attraverso il loro sensibile contatto con il corpo umano che le fa esistere. Grazie alla parola viva e a un mondo situato, visibile, i componenti della comunità ordinano il proprio spazio e il proprio tempo, stabiliscono le loro gerarchie, i loro rituali, le loro regole di comportamento, i confini del loro territorio. Lo sviluppo dei media ha cercato di riprodurre questa dimensione originaria della visibilità, in quanto prerequisito della vita di relazione, innovando le proprie piattaforme espressive mano a mano che la dimensione societaria andava facendosi sempre più complessa e per ciò stesso costretta a entrare in conflitto con barriere spazio-temporali sempre più forti. Lo sviluppo tecnologico della comunicazione – della possibilità di essere in comune, di abitare un luogo – si è articolato in una lunga sequenza di protesi e surrogati della visibilità, adottando mezzi espressivi che potessero garantire gli stessi valori e le stesse emozioni di una presenza reale di soggetti privati sempre più del qui e ora dell'oralità.

Così fu per la scrittura, in cui l'occhio che legge il codice alfabetico rimanda a una rappresentazione virtuale delle voci, dei corpi e dello spazio. Così è stato per la metropoli, in cui le mappe fisiche dell'abitare offerte dalla città sono state sconvolte da una serie di dispositivi dinamici e ottici con cui produrre la visibilità delle cose e delle relazioni umane, realizzare territori adeguati a un'esperienza sempre più frantumata e straniata (luce a gas, luce elettrica, trasporti, vetrine, grandi magazzini, palazzi di cristallo per le esposizioni, manifesti, luminarie spettacolari). Così è stato per la fotografia, esercizio di una progressiva socializzazione delle cornici della pittura, estendendo la loro funzione ai modi di selezionare e codificare una visibilità quotidiana altrimenti inafferrabile. Così è stato per il cinema, in cui non è più l'oggetto della visione a essere in primo piano, come nel teatro o nelle vetrine, ma sono i tempi e gli spazi di una visibilità collettiva sintetizzata in base ai ritmi della vita moderna. Il cinema non mostra semplicemente, ma è un modo di vedere, di sentire, dunque di fare comunità, di abitare. Così per la radio e la televisione, che hanno aperto finestre tra la sfera pubblica e la sfera privata, in modo da introdurre nella visibilità sociale l'ingrediente essenziale di una partecipazione situata, locale, personale: una riproduzione della realtà definitivamente sottratta alla partizione estetica del mondo in "quadri" a sé stanti – come la fotografia e il cinema – e consegnata invece al flusso dell'esperienza, ai conflitti identitari che qui si accendono tra tempo interiore, tempo domestico e tempo sociale. Così, infine, è stato per le reti digitali, in cui la visibilità non è più prodotta e consumata né come sguardo sulla scena dal vivo (l'oralità), né come modo di guardare (la scrittura e il cinema), né come modo di vivere l'esperienza della comunicazione sociale (la radio e la televisione), ma come modo di creare per via diretta – secondo il proprio bisogno o piacere – gli oggetti, come vederli e come viverli in modo personale, antropologico.

Come auto-produrre comunità, fingendo radicalmente ogni condizione di visibilità a essa necessaria.

La luce è energia rivelatrice: fa vedere; strappa dall'ombra e dal buio i luoghi, le cose e gli uomini; li mette in comunicazione e al tempo stesso fa sì che il luogo della loro comunicazione, la loro piena visibilità, si faccia punto di attrazione per tutto ciò che è al di là di se stessa. La visibilità è condizione necessaria all'organizzazione degli apparati istituzionali e produttivi, ma è anche un'energia che consuma: i suoi eccessi di illuminazione accecano le sue zone centrali, quelle più a lungo sottoposte alla vista collettiva. Di conseguenza, le sue zone periferiche, di confine, assorbono il buio circostante, accogliendo nel proprio riverbero soggetti sempre nuovi, sino ad allora privati dello splendore dei grandi media. La storia della televisione generalista ha seguito questa curva espressiva.

Visibilità e spettacolo sono dimensioni tra loro intimamente connesse, tipiche del monumentalismo religioso e "imperiale" delle grandi civiltà antiche (ad esempio come quella babilonese, egizia, greca, romana), della Chiesa cattolica, del principe rinascimentale, della cultura barocca, della società di massa, dei regimi totalitari, dell'industria culturale. L'obiettivo è sempre stato quello di realizzare la massima coesione emotiva intorno a soggetti, oggetti e valori di culto collettivo: dal sacro al sovrano, dallo Stato alle merci. Ma la visibilità in tutto virtuale prodotta nel cyberspace sembra distaccarsi finalmente dalla forte congiunzione tra spirito comunitario e ostentazione spettacolare tipica della società moderna. Qui, infatti, l'accendersi della visibilità ricorre a una diversa tecnica di illuminazione. Qui il consumatore si trova realmente nella positura di chi può creare il mondo in cui comunicare, da comunicare, da mettere in comunità con altri. Non opera nei modi del cinema e della televisione, in cui la luce serve da simulazione fantasmatica della realtà, ma resta tuttavia "fuori mano" rispetto allo spettatore (egli può scegliere il film o il programma, non

il grado di visibilità sociale a essi assegnato). E neppure opera nei modi della riproducibilità artistica, artigianale e tecnica della pittura e della fotografia (anche in questo caso, pur potendo fare uso del pennello e dell'obiettivo fotografico, il consumatore non può servirsene per creare nuovi mondi vitali). Dal momento che l'innovazione digitale risponde alla piena affermazione di funzioni produttive da parte del consumatore, del suo corpo, si fa possibile un netto disancoramento dalla visibilità sociale che sino a ora è stata prodotta dai poteri, dalle culture e dalle economie della produzione (che quasi sempre hanno governato, hanno "posseduto" anche lo sguardo dei pittori, dei fotografi e dei *videomaker* dilettanti). I linguaggi digitali sembrano dunque consegnare ai consumatori la possibilità di creare e gestire la propria visibilità, operando direttamente sulla "luce" necessaria a far nascere un nuovo luogo, un nuovo sito, una nuova comunità. Una comunità vocata all'espressione della propria interiorità, della propria irriducibile particolarità, del proprio localismo emotivo. Quindi comunità che spezzano i legami con cui la dialettica moderna ha vincolato il bisogno comunitario allo sviluppo unidirezionale, lineare della società. Dunque comunità fondate sulla diversità, sulla non-coesione, sulla non-mediazione. Esse tendono a resistere alle forme di ostentazione e di massificazione che i sistemi societari moderni hanno loro imposto, sradicandole e astraendole nella dimensione spaziotemporale di un unico archetipo di comunità "felice" (sorta di armonia prestabilita, di pacificazione politica, data come arcana origine e irraggiungibile fine della società reale).

Vita quotidiana
Franciscu Sedda

C'è chi considera la vita quotidiana come ciò che resta una volta tolto il tempo di lavoro o chi la vede come il luogo della pura routine e abitudinarietà, comunque luogo e momento di "alienazione" del soggetto dalle sue potenzialità più creative. Dal nostro punto di vista la vita quotidiana è molto più inglobante e profonda, così come qualitativamente differente: la vita quotidiana infatti è per noi la dimensione globale dell'esperienza culturale, la dimensione in cui i soggetti vivono le forme – le pratiche e i discorsi – della cultura e le vivono direttamente sul loro corpo: "Il *byt* (il "quotidiano", in russo) è il consueto decorso della vita nelle sue forme reali e pratiche", è la nostra esistenza stessa, ciò a cui ineriamo fino in fondo, che "ci circonda come l'aria e, come dell'aria, ce ne accorgiamo solo quando manca, o quando è inquinata" (Lotman 1998).

Ora, in questo decorso apparentemente consuetudinario il sociale – il "quotidiano" – si crea e si ricrea senza sosta attraverso lo scontro di forze e linguaggi differenti che sono il luogo stesso della sua costituzione. Così il "codice anonimo"

> dell'informazione innerva e satura il corpo sociale. Dalla mattina alla sera, senza posa, nelle strade e nelle case siamo ossessionati da racconti che articolano le nostre esistenze e ci insegnano come dovrebbero essere (de Certeau 1980)

ma al contempo questa comunicazione, che con i suoi modelli narrativi del reale cerca di fare "corpo" delle nostre "carni", si scontra con l'attrito che i corpi singolari rappresentano per qualsiasi messa in forma "perfetta", o "definitiva", dell'esistenza. Sono più precisamente le trame dei corpi, le trame dei rapporti intersoggettivi, sempre provvi-

sorie e plurali che, con il loro sentire in atto, il loro contatto imprevedibile, il loro significato continuamente da ri-fare e la loro comunicazione immersa in un'"oralità" basilare, sfuggono a qualsiasi totalizzazione calata dall'alto.

Dunque il quotidiano, proprio per questa sua onnipervasività, per questa sua capacità di "circondarci", è luogo dell'eccesso e della "riserva" di senso (de Certeau 1980) rispetto a tutte le messe in forma mediali che pur facendo parte di esso, traducendolo e ri-strutturandolo continuamente, non possono far altro che ricadere al suo interno, esserne una sua porzione, per quanto potente, pervasiva, necessaria: esso è il luogo del corpo a corpo, fra soggetti o fra soggetti e oggetti, dunque potenziale momento di riapertura dei processi di "soggettivazione" e "oggettivazione" che portano a costruire il mondo culturale (Greimas 1983; Foucault 1983).

Certo la vita quotidiana è luogo di un certo "automatismo" o, se si preferisce, di una certa complicità e familiarità, fra noi – il nostro corpo e i nostri sensi – e il mondo: ma ciò non significa che essa sia il luogo della semplice e scontata ripetizione dell'esistente. La vita quotidiana è in realtà luogo di una ambivalenza fondamentale in quanto il quotidiano si dà a noi come "presente" da vivere e dunque come momento di una potenziale *enunciazione* (ri-) generatrice di senso: è dunque dall'interno stesso del nostro vissuto e a partire dal nostro corpo, inteso come luogo di sentire e riflessione, che si dà contemporaneamente la necessità/possibilità di far proprie le forme culturali esistenti ("praticarle", e così dar loro un'effettiva esistenza sociale) oppure, foss'anche soltanto attraverso la manipolazione e ricomposizione dell'eredità culturale, di "inventare" il quotidiano, la cultura.

È allora nel quotidiano che noi facciamo esperienza delle narrazioni che danno senso al nostro mondo ed è dunque nel quotidiano che si radica per noi il significato in senso fenomenologico: è nella cultura ordinaria, nel vivere, che noi esperiamo che cosa "è significativo", vale a dire *importante*, "per noi" (Wittgenstein 1953), verso dove tende il nostro

desiderio e la nostra affettività. È in questo "commercio" quotidiano con le cose, con le forme del mondo, con i suoi "oggetti culturali", che noi costruiamo le nostre identità; nondimeno è "usando" e dunque trasformando la cultura che noi possiamo effettivamente appropriarcene, *farne* parte. Come ricordava de Certeau parlando del fraintendimento dell'*atto del consumare*, "si presume che 'assimilare' significhi necessariamente 'divenire simile a' ciò che si assorbe, e non 'renderlo simile' a ciò che si è, farlo proprio, appropriarsene o riappropriarsene" (de Certeau 1980).

Certo le forme di questa "appropriazione" sono diverse, molteplici, a volte contraddittorie, e possono essere pensate in modi molto diversi: lo stesso de Certeau distinguendo fra *tattica* e *strategia*, vale a dire fra un modo di agire che non ha un suo luogo proprio ma sfrutta le occasioni del tempo e della situazione (un'azione di "bracconaggio" che viene attribuita al consumo, al suo giocare nel e con il linguaggio dell'altro) e un altro che invece ha un suo luogo "proprio" che gli garantisce un controllo sul tempo e una visione ordinata e distanziata degli oggetti che manipola (l'agire del potere o della scienza), radicalizza la separatezza fra questi due modi di produzione e mutazione della cultura che probabilmente, invece, si compenetrano e influenzano a vicenda.

In conclusione vale la pena di ribadire che il quotidiano è il luogo in cui il "situarsi" del corpo, la sua *presenza* – con tutto il suo bagaglio esperienziale, la sua memoria culturale, la sua sensibilità e immaginazione sempre attiva – genera continuamente *differenza* (Merleau-Ponty 1964), in cui le forme che cercano di in-formarlo si scontrano con quella capacità dei corpi di riaprire lo spazio e il tempo, capacità intrinsecamente foriera di *altri* spazi-tempi, di *altre* forme d'esistenza. È dunque laddove si annida la routine più banale (ma non perciò priva di senso e di valore: non è forse essa stessa un atto produttore di senso, atto che afferma e crea "continuità"?) che si dà contemporaneamente e necessariamente quell'attività dei soggetti, tattica e/o strategica, potenzialmente sovvertitrice del senso comune e dell'esistente.

Walkman
Alberto Abruzzese

Semplice e complesso allo stesso tempo il walkman può dirci molto sul passato, sul presente e sul futuro. Può dirci molto sui mutamenti della comunicazione e sulle strategie di potere che legano l'utente alla macchina espansa dell'informazione. Il walkman è tutt'oggi legato a una cultura rock e questo comporta già un tema rilevante come quello del rapporto tra musica e corpo, tra ritmi metropolitani e look individuale, *gadget*, equipaggiamenti leggeri, "ginnastiche", tic. Ma, per quanto fondante, la sua dipendenza dal rock non può esaurire il discorso. Esiste, infatti, una riflessione sul significato epocale del rock che sfugge sia all'enfatizzazione sia ai pregiudizi sulle mode e sulle culture effimere perché ha saputo individuare nelle forme espressive di questa musica metropolitana una prospettiva diversa rispetto alle tradizioni della "critica" e a quelle dell'"integrazione", una sostanza che la rende "aderente" alla contraddittorietà dell'esperienza vissuta. Questo tipo di riflessione risulta pertinente a un'interpretazione del walkman come "attrezzatura vitale" ma anche "sospensione" della sensibilità in una zona "disincantata", esiliata dai mondi dell'"utile" e del "necessario".

Tuttavia tra i punti di vista sul comportamento rock prevalgono ancora quelli tesi a considerare questo ambito tematico in chiave settoriale, sul versante del "genere musicale" (alto/basso) o su quello dei modi di consumo giovanili, mentre risulta più debole il tentativo di analizzare il funzionamento delle pratiche rock come indicatori di mutamenti sociali più generali. In genere, dunque, si viene indotti a un'analisi "circoscritta" del walkman, come dispositivo a uso di subculture e gerghi giovanili. E potrebbe essere una via corretta, propedeutica, a patto di non indirizzarla e farla morire nella copiosa quanto sterile let-

teratura sulla marginalità o sulla devianza come zone altre e periferiche rispetto a quelle "egemoniche" e "centrali" del potere. Per evitare questo pericolo è bene andare dritti alle questioni di maggiore interesse. Il walkman enuncia una dimensione "nucleare", con tratti "ambigui" tra una situazione "terminale", cioè definita nel suo essere al termine ultimo di un processo di sviluppo che ha "compiuto" il "ciclo" individuo-massa-individuo, e una situazione "aurorale", in cui sembra aprirsi un nuovo ciclo che ha per soggetto dello sviluppo un uomo-massa radicalmente individualizzato. Proprio per questo il walkman replica, moltiplicandola all'ennesima potenza, una dimensione "romantica", in cui la musica ha sempre svolto un ruolo sostanziale oltre che emblematico.

Walkman è un termine che risulta dalla contrazione di *walking man*, cioè "uomo che cammina". L'attrezzo auricolare, costituito da una cuffia collegata a un lettore di cassette o cd, ha assunto quindi il suo nome a partite da un gioco linguistico affine alla sineddoche; il nome non fa forza sull'attrezzo ma sul suo utente, non definisce l'ascolto ma la condizione dell'ascoltatore. Non la parte per il tutto ma il tutto per la parte: il nome fa riferimento all'uomo in movimento, cioè all'uomo che vive, che agisce, che attraversa il proprio territorio. Annuncia l'abbandono delle megastrutture rigide della civiltà di massa, l'inizio di un nuovo pellegrinaggio, di un nuovo appetito da *flâneur*, una più sofisficata tattilità. Il dispositivo tecnologico si annulla nel corpo che se ne serve. Il termine ha la sua radice in una "fusione" definitiva tra individuo e attrezzo; virtualmente vuole dire che "tutti gli uomini che camminano hanno il loro auricolare". Non si nasce più uomini ma già walkman. Oppure: nel "muoversi" stesso, nell'agire individuale, nell'azione, è implicato l'"effetto walkman". Queste nuove estetiche tecnologiche non sembrano sapere risolvere il problema sulla possibilità o sulla necessità di superare la crisi del significato che ha caratterizzato e caratterizza questi anni di omologazione

tra "produttori" e "consumatori" e che anzi ha segnato un'egemonia dei secondi sui primi, il dominio del consumo sulla produzione, dello spettatore sullo spettacolo, del ricevente sull'emittente, del lettore sul testo. L'acquisizione dell'orizzonte tecnologico non basta di per se stessa a fornire una risposta, una soluzione, a chi intenda porsi il problema di dare un nuovo fondamento all'esperienza artistica. Le sostanze tecnologiche costituiscono la "materia" ma non i modi né i fini del lavoro espressivo. L'uomo servito dal walkman è un'evidente dimostrazione di questa situazione di ambiguità, per cui si immagina come "punto di arrivo" quello che è semplicemente un "punto di partenza". Il walkman non è sogno, è realtà. Ha in sé il "sublime tecnologico", costituisce una nuova dimensione della vita vissuta, incarna lo "spirito" di una "comunità tecnologica". Esercita ed esemplifica un potere di manipolazione che lo colloca "al di sopra" degli espedienti programmatici degli "artisti tecnologici", ai quali resta nel migliore dei casi il compito di rendere visibile e spesso tautologicamente definito ciò che nel consumatore diffuso agisce in modi spontanei, naturali, cioè automaticamente vissuti.

Con il walkman siamo di fronte a un tipico attrezzo transitorio non solo per il fatto di costituirsi in dispositivo mobile, in "attributo" del movimento, in occupazione di intervalli, ma anche perché nella forma attuale risulta un ibrido in cui coesistono parti che hanno la loro radice nella civiltà industriale classica e parti che già sono proiettate nella dimensione elettronica postindustriale. È un metabolizzatore tra due epoche, quella della civiltà di massa e quella postindustriale; tra dimensione collettiva e dimensione individuale, tra sostanze materiali e sostanze immateriali, tra tradizione e innovazione, tra "memoria" e "presente". Per ragionare sul walkman bisogna dunque pensare alle sue radici nell'industria culturale ottocentesca e novecentesca ma anche agli scenari del futuro; cercare cioè di prevedere le sue possibili applicazioni, gli inter-

venti che la sapienza e le risorse dell'innovazione elettronica potranno operare su uno strumento che risulta ancora "primitivo" (come i primi film), sottoutilizzato (come i primi telefoni), costretto a essere monofunzionale (come la prima televisione). Se ci si sforza in questa doppia direzione, in sostanza su ciò che lo ha generato e ciò che è destinato a generare, si può cogliere anche quanto in esso vada già operando, in modi deviati, inconsci, inespressi, ma appunto "genetici", verso nuovi modelli espressivi (connessione tra telefonia mobile e Internet).

Dietro alla nascita del walkman vi è un accumulo infinito di esperienze. Le linee da percorrere sarebbero due, per quanto tra loro integrate: quella relativa all'*hard* e quella relativa al *soft* che, come si è accennato, rischia spesso di essere confusa con la prima.

L'attrezzo è da interpretare come "occupazione" di tempi e spazi che restavano ancora disponibili dopo la progressiva saturazione dell'ambiente domestico (telefono, radio, giradischi, registratori, televisione) e del veicolo automobilistico (radio, cassette, ora il telefono), ma anche come estendersi progressivo della rete di comunicazioni nella loro globalità, come determinazione ultima di una multimedialità che "carpisce" l'attore sociale e di un attore sociale che per "esserci" ha sempre più bisogno di multimedialità.

Quanto alla radici musicali il discorso dovrebbe riguardare il progressivo processo di privatizzazione e miniaturizzazione dell'orchestra ottocentesca, sino ad arrivare, dopo la "mondanizzazione" del jazz, al rilancio di una dimensione collettiva e spettacolare come il concerto rock, volta a rafforzare anche il consumo segmentato, capillare, diffuso, grazie al funzionamento integrato tra momenti collettivi, "unici", e momenti individuali, "riprodotti", tra piazza e stanza, tra teatro e video, tra voce viva e *play back*. Ma anche in questo caso la genesi dell'attrezzo, dei bisogni e delle attitudini che lo presuppongono, che lo precostituiscono, è ben più complessa. Basti pensa-

re all'assuefazione dell'uomo-spettatore a consumare immagini cinematografiche e televisive costantemente accompagnate da colonne musicali (la storia della sensibilità musicale moderna è innervata nella storia dell'immagine e nelle forme di vita del territorio; e viceversa). Si pensi anche alle "colonne sonore" su "paesaggi", ottenute mediante le autoradio. Strategie di accelerazione o rallentamento del tempo, sentimentalizzazione o accentuazione ritmica dello spazio, straniamento, moltiplicazione o divisione dell'io, personalizzazione o spersonalizzazione dell'ambiente, distrazione o concentrazione dell'attenzione, riduzione o espansione del corpo, trattamento emotivo dello sguardo, fuga, richiamo acustico, agenda mnemonica o intervallo.

Cronologia
a cura di Alberto Abruzzese, Andrea Miconi

Abbiamo creduto opportuno offrire una cronologia essenziale dei principali eventi comunicativi della società moderna a partire dalla seconda metà del Settecento. Va consultata ogni qual volta il lettore voglia ricollocare nel tempo lineare dello sviluppo della comunicazione i riferimenti cronologici direttamente o indirettamente suggeriti dalle voci. Si raccomanda di fare uso di questo strumento il più frequentemente possibile, magari ricorrendo anche alle cronologie di qualche manuale di storia in grado di allargare la contestualizzazione qui riferita solo agli eventi comunicativi. Serve a memorizzare le sequenze e i contesti che devono fare da premessa e sfondo a una corretta interpretazione dei media e del ruolo che essi hanno svolto e svolgono nella nostra società.

Abbiamo pensato di fare qualcosa di più ripartendo la cronologia di duecentocinquant'anni di storia in tre fasi, ciascuna corredata da una breve introduzione: Origini della modernità (1750-1850), La cultura di massa (1850-1950), L'immaginario individuale (1950-2000). In tal modo si è cercato di compensare la logica puramente alfabetica del lessico con la logica ricompositiva di una periodizzazione ragionata. Le tre introduzioni, seppure in forma sintetica, mettono in risalto i punti di maggiore interesse teorico da attribuire alla pura e semplice concatenazione temporale del processo di sviluppo sociale e tecnoscientifico vissuto dai media. Così questa Cronologia si è trasformata in tre voci di sintesi storica che vanno a inte-

grare le voci del lessico e ne costituiscono un'ulteriore via di accesso, una più chiara modalità d'uso.

Infine, si è cercato di realizzare qualcosa di analogo – ma questa volta stringendo i nessi tematici tra storia sociale e media – con un Epilogo della Cronologia, ma anche dell'intero volume. Al tema "qualità televisiva" si è affidata la funzione di riportare il discorso sul terreno politico-culturale e professionale, dunque proprio sull'insieme di problemi che ci hanno spinto a lavorare nella direzione di cui questo lessico è un primo, provvisorio, risultato.

Prima fase: le origini della modernità (1750-1850)

La modernità ha una storia antica. Le sue radici sprofondano nella civiltà greco-romana, ebraica e cristiana. Ma la proprietà vegetale, animale e umana di comunicare risale alle origini del mondo abitato. Con l'avvento del tardo Medioevo e del Rinascimento la lunga durata dell'agire comunicativo sfocia nella genesi del mondo moderno. Se vogliamo rintracciare le origini delle organizzazioni sociali che si riconoscono nei soggetti, nei sistemi, negli apparati, nelle narrazioni e nelle figure della contemporaneità, dobbiamo fare specifico riferimento a due grandi mutamenti che segnano la storia dell'Occidente e le imprimono, da molti punti di vista, un'accelerazione determinante: l'invenzione della stampa e la rivoluzione industriale.

Dunque, per delineare la cornice dei fenomeni della modernità, si parte da Gutenberg. La qual cosa significa cercare la loro genesi (a parte la sempre più accentuata rivalutazione del Medioevo) nel Rinascimento, nella Riforma protestante e nella Controriforma. Questo, con particolare riguardo alle forme espressive, vuol dire risalire alla centralità che ebbe la dialettica tra antichi e moderni, non solo per effetto del recupero del mondo classico promosso dall'Umanesimo, ma anche in conseguenza al concre-

tizzarsi di tale dialettica su basi geopolitiche dopo la “scoperta” del Nuovo Mondo, che sarà destinato a costituire la “nuova frontiera” dei vecchi regimi europei.

Dell’invenzione della stampa a caratteri mobili, e della sua capacità di riconfigurare i sistemi della conoscenza e i fondamenti stessi del sapere, si è detto moltissimo in ogni campo di ricerca, da quello filosofico a quello storico e sociologico. Per quanto ci interessa in questa sede, la stampa può essere considerata come la prima grande opera di *astrazione* della cultura dal suo contesto immediato (astrazione che la scrittura e le iscrizioni rendevano già tecnicamente possibile, ma assai poco funzionale ed economica); la prima potente incarnazione di una sfera tecnologico-culturale capace di agire in modo decisivo sulle trasformazioni sociali, cognitive e politiche. Dalla Riforma protestante (Eisenstein 1983) all’emancipazione dell’opinione pubblica borghese (Habermas 1962), i processi di costituzione delle prime grandi *soggettività* dell’era moderna non sembrano poter prescindere dal sostegno della stampa, dalla sua capacità di rendere reperibile e divulgabile il sapere (qui nasce l’“opinione pubblica”, la sfera di relazioni da cui emergono molte delle regole dei modelli di democrazia ancora oggi perseguiti).

Consideriamo dunque la stampa come una sorta di antefatto del tempo moderno, della trasformazione del mondo in un sistema di scritture e in una rete di interconnessioni comunicative (Mattelart 1994) che hanno avuto un peso sostanziale nelle forme percettive e mentali della nostra civiltà e a cui tuttora apparteniamo. Così come, sul piano morfologico, un assai più remoto antefatto è da considerare l’alfabeto fonetico, con tutte le innovazioni nella gestione della conoscenza che ha comportato nella lunga durata delle nostre radici socioantropologiche (Ong 1982).

Ma, se la nostra cronologia ha inizio dopo processi di pur così evidente portata è perché, sul piano storico-sociologico, l’accelerazione decisiva allo sviluppo della mo-

dernità è stata opera, tra XVIII e XIX secolo, delle rivoluzioni industriali. La ragione per cui la rivoluzione industriale può essere considerata come un punto di origine di questa storia è che da essa vengono attivati alcuni processi centrali nella definizione stessa delle qualità culturali della modernità.

In primo luogo, la rivoluzione industriale genera – con i suoi intensi fenomeni di urbanizzazione e di migrazione interna alle nazioni – quella realtà storica nuova che è la metropoli e quel nuovo soggetto che è la folla metropolitana, entrambi portatori di una nuova natura linguistica, senza la quale l'esperienza storica dei mass media e dell'audiovisivo non sarebbero comprensibili. Né il cinema né la televisione, infatti, avrebbero goduto di una così piena legittimazione sociale e di mercato se non avessero trasposto i valori narrativi di cui l'esperienza della metropoli era stata già portatrice.

In secondo luogo, la rivoluzione industriale opera il più radicale intervento di ristrutturazione del tempo e dello spazio (Kern 1983), facendo immergere l'esperienza quotidiana in un reticolo di percezioni nuove e complesse a cui i mezzi di trasporto e di comunicazione hanno offerto, di volta in volta, gratificazioni sempre nuove e sempre nuove spinte al mutamento. All'età industriale va attribuito anche un impulso decisivo alla quotidianizzazione del contatto umano con i mezzi tecnici, alla progressiva familiarizzazione con le protesi di cui l'uomo si serve per manipolare il proprio ambiente e dunque all'interiorizzazione del bisogno di tecnologia in strati sociali sempre più estesi. Di fronte a questi processi non va fatto l'errore – tanto diffuso e che tanto interferisce con gli studi sull'industria culturale – di non capire come tutta la storia della civiltà sia una storia di tecnologie: va piuttosto colto il senso del tutto nuovo con cui il "secolo delle invenzioni", che è l'Ottocento, ha trasformato questa storia in un ciclo più compresso, più denso, in cui il succedersi delle innovazioni, asse-

condando i mutamenti dell'esperienza vissuta, ha fatto seguito al desiderio di affermazione identitaria dei sistemi sociali e, al contempo, ha finito per rivelarsi *più veloce* di questo stesso desiderio, tanto da interpretarlo ma anche condizionarlo.

Infine, la società industriale è il territorio in cui si compie in modo definitivo quel processo di "estetizzazione della merce", il cui senso è rintracciabile tra Marx, Freud e Benjamin, al termine del quale i confini tra arte e merce (così come quelli tra cultura e mercato) diventano indistinguibili, ed entrambi i fattori vivono ormai della stessa *magnificenza* e della stessa propensione al consumo (*industria* culturale, appunto: quella forma di organizzazione industriale della produzione di beni materiali e immateriali in cui Marx già individuava il ruolo centrale svolto dal finish del consumatore, dalla rifinitura del prodotto operata nella fruizione della merce, degli oggetti che proprio nella fruizione raggiungono il loro pieno significato). Uno snodo essenziale, da questo punto di vista, deve essere riconosciuto alle Esposizioni Universali del XIX secolo, vero e proprio condensato espressivo dei prodotti del capitalismo industriale, in cui prendono già corpo le estetiche e le ideologie della TV e della pubblicità del mondo contemporaneo.

Il processo di industrializzazione e di metropolizzazione, dunque, rimane alla base di questo tentativo di mappatura dei modi – e dei *mondi* – della comunicazione di massa: nella convinzione che tutti i processi che sarebbero esplosi nell'industria culturale matura, tra il 1850 e gli anni Trenta del Novecento, avrebbero tratto il proprio nutrimento da quell'intreccio di storia delle tecnologie, trasformazione sociale e mutamento linguistico che è l'esperienza "critica" della modernità (Berman 1982), e da cui nascono le qualità della comunicazione moderna. Dei suoi apparati, così come del suo pubblico (Abruzzese 1973). La nostra stessa concezione di "cultura", ha osservato Raymond Williams (1961), è nata "nel periodo comune-

mente definito della Rivoluzione industriale": è proprio da qui, allora, che inizia la nostra cronologia, la nostra archeologia del presente.

1770 Data convenzionale dell'inizio della rivoluzione industriale.
1790 Invenzione del torchio da stampa a mano.
1793 Invenzione del telegrafo ottico o meccanico.
1804 Costruzione della prima ferrovia pubblica.
1814 Stephenson inventa la locomotiva a vapore.
1825 Prima linea ferroviaria pubblica a trazione meccanica, la Stockton-Darlington (Scozia).
1827 Nicephore Niepce inventa la fotografia.
1833 Negli Usa esce il «New York Sun» di Benjamin Day, il primo giornale di massa.
1834 Invenzione del linguaggio Braille.
1835 Nasce l'agenzia Havas.
1837 Nasce il telegrafo elettrico di Samuel Morse.
1838 Il dagherrotipo di Daguerre.
1839 Il Parlamento francese inizia a occuparsi della diffusione della fotografia.
Prima linea ferroviaria italiana (Napoli-Portici).
1840 La riforma della posta in Gran Bretagna ne favorisce l'utilizzo di massa (*penny post*).
Invenzione del francobollo adesivo.
1842 *I misteri di Parigi* di Eugène Sue inaugura in Francia l'epoca del *feuilleton* o romanzo d'appendice.
1844 Prima trasmissione telegrafica istantanea tra Washington e Baltimora.
1847 Primi esperimenti di illuminazione elettrica in Inghilterra.
1848 Pubblicazione del *Manifesto del partito comunista* di Marx e Engels.
1849 Nasce l'agenzia di informazioni *Wolff*.

Seconda fase: la cultura di massa (1850-1950)

Nell'introduzione alla prima fase abbiamo definito la qualità *collettiva* dei processi di modernizzazione dovuti all'esperienza sociale aperta dalla rivoluzione industriale.

L'attenzione si è concentrata sui linguaggi della metropoli del primo Ottocento: questa è la "terra" in cui il vissuto territoriale dei moderni trova modo di modificarsi sempre più rapidamente, dando luogo a nuove forme identitarie e espressive. In questa sezione passiamo alla ricostruzione dei media spettacolari che la metropoli, giunta al culmine della sua esperienza collettiva, ha prodotto e in cui la società industriale si è pienamente riconosciuta. Siamo nel periodo di massima strutturazione produttiva dell'industria culturale di massa: un processo di industrializzazione che possiamo considerare segnato da due grandi periodi.

Un periodo di traduzione, databile più o meno tra il 1850 e il 1930, che si fa carico di pubblicizzare tutte le precedenti esperienze culturali. Parliamo qui, in sintesi, di una cultura che *diventa di massa*: la metropoli attraverso lo spettacolo; la stampa e l'informazione tramite la *penny press*; l'arte tramite la pratica del collezionismo, della produzione in serie e della riproduzione fotografica; il romanzo tramite i generi della letteratura popolare; l'illustrazione tramite la stampa periodica e il fumetto. Qui prende consistenza epocale un immaginario collettivo ("spirito del tempo", come lo ha chiamato Edgar Morin) che si è progressivamente ridefinito affiancando e sostituendo alle forme *alte* della scrittura (determinanti in particolare nella scuola e nella divulgazione) le suggestioni della scena visiva, le contaminazioni semantiche della strada, l'attrazione emotiva e onirica per il fantastico, la tentazione interiore per i miti e per una loro rielaborazione mondana. Cultura di massa, dunque, nel senso più pieno del termine: una cultura che recupera alcuni aspetti della tradizione premoderna (mitologie primitive e pregnanza dell'oralità), ma che li inscrive in un sempre più vasto meccanismo di produzione industriale e seriale. A questa prima fase per certi aspetti si allinea e per altri segue – anzi proprio questo intreccio tra allineamento e sfasatura si fa motore del processo – la fase caratterizzata dall'introduzione di nuove tecnologie per comunicare: il

cinema, la radio e la televisione. Anche il telefono, destinato sin dall'inizio e continuativamente a una funzione diversa (quella di personal media, che non a caso ne farà uno snodo essenziale della transizione verso i new media, di cui tratterà la sezione successiva). Tutti questi mezzi costituiscono un netto "salto" delle forme espressive in una dimensione sensoriale sino ad allora impraticabile. Pittura, scultura, musica e scrittura appartengono alla tradizione di ogni tempo pre-industriale, mentre invece i linguaggi che si sono sviluppati già a partire dalla fotografia, ma in modo definitivo con il cinema, offrono oggetti comunicativi mai prima realizzati anche quando mentalmente concepiti, attesi, desiderati.

I media audiovisivi si sono contraddistinti da subito per la propria dimensione di massa, per la propria "affinità elettiva" con il tessuto delle relazioni sociali sviluppate nella metropoli (Abruzzese 1995; Silverstone 1994), sia pure con una differenza essenziale. Il cinema, infatti – soprattutto quando, negli anni Trenta, si fa vera e propria industria – appare come il preciso contraltare simbolico dell'esperienza urbana, offrendo tanto le proprie soluzioni narrative che la propria situazione di consumo collettivo come risvolto espressivo del modello di organizzazione industriale del lavoro, fondato sul luogo aggregativo della fabbrica, sulle sue procedure, sui suoi ritmi. La radio e la TV, invece, ereditano le forme di produzione ottocentesche ma ne ri-localizzano il consumo culturale nella sfera domestica, avviando quindi una fase ulteriore, destinata a rafforzare le strutture genetiche dei media di massa e al tempo stesso a trasformarle verso qualità antitetiche: infatti l'esperienza di aggregazione metropolitana vive già qui (soprattutto nel momento di massima affermazione del modello *broadcast*, dopo la seconda guerra mondiale) un momento di rottura e di riconversione verso nuove dimensioni di "privatizzazione" dell'esperienza sociale.

La cultura di massa costituisce un enorme archivio di figure, di materiali, di luoghi simbolici molto più ric-

co di quanto i suoi critici non abbiano voluto far credere; molto più ricco, perfino, di quanto non siano state e non siano le culture ufficiali e istituzionali. È una ragione sufficiente per cedere al suo fascino, ma anche per ammettere che una ricostruzione completa delle sue forme è piuttosto difficile e, comunque, non ancora pienamente realizzata. Più che a questo obiettivo, peraltro ormai urgente, ci siamo allora dedicati a mostrare la funzione vitale che la cultura di massa ha svolto, al di sotto della varietà delle sue forme espressive e proprio in virtù di questa varietà. Una funzione, in breve, di rilettura simbolica di tutti quei fattori e processi di cui si era alimentata la storia della modernità industriale: trasformazione dello spazio e del tempo; assunzione di un pieno valore estetico da parte della merce; accelerazione dello sviluppo tecnologico; definizione di un nuovo soggetto collettivo nello scenario metropolitano. È tutto questo che l'industria culturale traduce nelle sue potenti fantasmagorie, portandole a compimento con il cinema, che più direttamente esprime il senso moderno della collettività nel "corpo" – insieme coeso e diviso (insieme comunità e società) – del suo pubblico. Ma queste stesse strategie, raggiungendo il loro culmine con la televisione, toccano al contempo il loro punto di rottura e danno quindi luogo a forme di intrattenimento in cui la natura di massa del vivere moderno mostra già le sue crepe e la sua sempre più rapida transizione verso nuovi modi dell'abitare.

Del resto, come sostanziale anticipazione del punto di crisi della moderna società di massa, questa sezione della cronologia rivela al proprio interno fratture di una portata politica e antropologica inaudita, concentrate al culmine della civiltà industriale del Novecento, nel ciclo avanzato dei suoi processi di massificazione: la prima guerra mondiale, il nazismo e l'olocausto degli ebrei, lo stalinismo, la seconda guerra mondiale, la bomba atomica come "soluzione di pace". Eventi che possono rendere cri-

ticamente leggibili alcuni fenomeni culturali che ne hanno risentito in modo acuto e irreversibile (per esempio il rafforzamento dell'annuncio nietzschiano sulla "morte di Dio" o la svolta del pensiero scientifico in un sapere instabile, relativo), ma anche altri eventi, altrettanto catastrofici, quelli che emergeranno nel successivo ciclo dei processi di demassificazione a cui è dedicata la terza sezione cronologica: l'AIDS, il degrado ambientale, la fame nel mondo, il terrorismo, le guerre "permanenti".

1851 Nasce l'agenzia *Reuter*.
Esposizione Universale di Londra.
1853 In Inghilterra viene abolita l'imposta sul sapere.
1855 Apertura dei primi grandi magazzini a Parigi.
1857 Studi di Meucci sul telefono.
1859 Darwin pubblica il trattato *Sull'origine delle specie*.
1860 Introduzione della lampada a petrolio.
1866 Invenzione della macchina per scrivere.
Cavo telegrafico sottomarino di Field.
1867 Inizia la pubblicazione del *Capitale* di Marx.
1870 Negli USA compare la pubblicità nelle riviste femminili.
1871 Meucci brevetta il telefono.
1873 Inizia la produzione in serie della macchina per scrivere.
1876 Bell brevetta il telefono.
Viene costruito il motore a quattro tempi.
Esperimenti di illuminazione pubblica a Parigi.
1877 Il fonografo di Edison.
Costruzione del motore a combustione interna.
1878 Edison inventa la lampadina elettrica.
Il primo centralino telefonico.
1883 Wheatstone inventa lo *stereoscopio*, che anticipa i visori della realtà virtuale.
Il motore a scoppio di Daimler.
1884 Invenzione della pellicola fotografica a rullo.
1886 Otto Mergenthaler inventa la lynotipe.
1887 Ferdinand Tönnies pubblica *Comunità e società*.
1888 Eastman immette sul mercato la Kodak, la prima macchina fotografica per dilettanti.
1889 Il primo centralino telefonico a commutazione automatica.
1892 I fratelli Lumière inventano il cinema moderno.

Con i *Little Bears* di James Swinnerton, pubblicati sull'«Examiner» di San Francisco, inizia il fumetto moderno.
1894 Su alcuni giornali statunitensi inzia la pubblicazione regolare di strisce a fumetti.
1895 A Parigi apre la prima sala di proiezioni denominata "cinematografo".
Negli USA, attivazione della prima linea ferroviaria elettrificata.
1896 Guglielmo Marconi mette a punto la comunicazione radiofonica.
Tappa italiana della *tournée* dei fratelli Lumière.
1898 Hearst provoca la spedizione militare di Cuba con la sua campagna di stampa.
1901 Il primo messaggio *senza fili* attraversa l'oceano.
1903 Conferenza di Georg Simmel su *Le metropoli e la vita dello spirito*.
1904 Viene girato il primo film italiano.
1905 Teoria della relatività di Einstein.
1906 Prima trasmissione radiofonica della voce umana.
1910 In Italia, lo Stato si assicura il monopolio della trasmissione radiofonica.
Henry Ford inizia la produzione in serie delle automobili.
1911 Taylor pubblica i *Principi di organizzazione scientifica del lavoro*.
1913 Inzia l'autonomia di Hollywood.
Negli stabilimenti di Detroit di Henry Ford compare la catena di montaggio.
Sigmund Freud pubblica *Totem e tabù*.
1916 Viene pubblicato il *Corso di linguistica generale* di Ferdinand de Saussure.
1919 Gropius fonda la Bauhaus.
1920 David Sarnoff propone la radiofonia commerciale.
Nasce la RCA (Radio Corporation of America).
1921 A New York iniziano le trasmissioni radiofoniche regolari.
1922 Esce *Public Opinion* di Walter Lippmann.
Compare l'*Ulysses* di Joyce.
Pubblicazione postuma del trattato *Economia e società* di Max Weber.
1924 In Italia nasce l'URI (Unione Radiofonica Italiana), che poi diverrà EIAR (Ente Italiano Audizioni Radifoniche).

Il 6 ottobre iniziano le trasmissioni radiofoniche regolari.
Breton pubblica il *Manifesto del surrealismo*.

1925 Negli USA iniziano le analisi del mercato.
In Italia viene costruita la prima autostrada del mondo.

1926 Nasce la BBC, la radio pubblica inglese.
La morte di Rodolfo Valentino segna l'inizio del *divismo* moderno.

1927 Inizia il cinema sonoro.

1928 Prima trasmissione radiofonica in diretta in Italia.
Walt Disney crea il personaggio di *Mickey Mouse*.

1929 In Inghilterra, la prima televisione meccanica di John Baird.
Viene istituito il premio Oscar (*Academy Award*) per i migliori film dell'anno precedente.

1930 Negli USA, Vladimir Zworykin sperimenta la televisione.

1932 John Baird inizia la ricerca sulla televisione elettronica.

1933 Il Terzo Reich istituisce un Ministero per la Propaganda (con a capo Goebbels).

1935 Primo apparecchio radar.

1936 Negli USA, George Gallup inventa il sondaggio su base statistica.
Iniziano in Gran Bretagna le prime trasmissione televisive regolari.
Nasce la rivista «Life».
Pubblicazione della teoria generale dell'economia di Keynes.
Chaplin gira *Tempi moderni*.

1937 In Italia nasce Cinecittà.

1938 Orson Welles trasmette radiofonicamente la "Guerra dei mondi", una delle prime dimostrazioni dei poteri di persuasione dei media.

1939 Negli USA iniziano le trasmissioni televisive.
Primo servizio aereo regolare tra Europa e USA.

1940 Nei laboratori Bell compare il *complex calculator*, primo calcolatore scientifico elettromeccanico.

1941 In Italia viene promossa la legge sul diritto d'autore.
Orson Welles gira *Citizen Kane* (*Quarto Potere*).

1942 *Voice of America* inizia l'azione di propaganda radiofonica degli USA.
Al MIT viene realizzato il primo calcolatore analogico elettronico.

1944 Ad Harvard viene realizzato lo ASCC (Automatic Sequence Controlled Calculator), il primo calcolatore elettromeccanico controllato da un programma.
In Italia, L'EIAR diventa RAI (Radio Audizioni Italia).
Viene pubblicato *The people's choice*, lo studio di Lazarsfeld, Berelson e Gaudet che ha scoperto l'esistenza dei leader d'opinione (nascerà il modello del *Two-step flow of communication*).

1945 In un'università americana, la Moore School di Philadelphia, viene realizzato l'ENIAC (Electronic Numerical Integrator and Computer), una macchina calcolatrice di 30 tonnellate, esclusivamente elettronica.
John Von Neumann elabora il concetto di macchina programmabile e automodificabile.
Roberto Rossellini gira *Roma città aperta*.

1947 Il disco a microsolco a 33 giri.
Inizia la pubblicazione dei *Quaderni dal carcere* di Antonio Gramsci.

1948 John Bardeen, Walter Brattain e William Shockley inventano il *transistor*.
Viene inventata l'immagine *olografica*.
Pubblicazione del romanzo *1984* di George Orwell.
Norbert Wiener propone la sua teoria sulla *cibernetica*.
Con il paradigma delle cinque *w* di Lasswell viene superata la teoria ipodermica.

1949 Viene messo a punto il disco a 45 giri.
Shannon elabora la teoria matematica dell'informazione.

1950 Negli USA Robert Tarlton inventa la televisione via cavo.

Terza fase: l'immaginario individuale (1950-2000)

Trovare lo spartiacque di un processo di così ampia portata come lo sviluppo dei media è un'operazione difficile, e comunque arbitraria. Ogni modello interpretativo è costretto ad ammetterlo. Se però ricerchiamo le tracce di una rottura che ha in qualche modo separato (sia pure nel segno di una continuità storica che le tassonomie non possono rendere) la fase di massa della cultura occidentale moderna da quella più disarticolata della cultura con-

temporanea, possiamo certamente considerare la transizione verso l'economia postindustriale (Bell 1973) come lo snodo sostanziale di questo processo evolutivo.

Così, mentre si può considerare la rivoluzione industriale come espressione e strumento del soggetto storico – la folla metropolitana – che ha ispirato le forme di potere e i valori della cultura di massa, l'economia postindustriale può essere considerata come il fondamento ultimo dell'immaginario post-moderno su cui insistono i nuovi media (TV a pagamento e Internet), dopo il momento di passaggio che la TV generalista aveva costituito facendo da cerniera tra la dimensione pubblica della civiltà urbana (istituzioni, piazze, strade, spettacolo) e quella privata dello spazio domestico (comunità, famiglia, persona). Le trame che legano l'organizzazione postindustriale a questa nuova organizzazione sociale della conoscenza sollecitano una progressiva deviazione dal paradigma moderno fondato sull'identità collettiva e una maggiore attenzione, invece, alle forme emergenti di "immaginario individuale" (già nella dimensione di consumo messa in opera con l'home video e il walkman, poi con la dimensione di consumo ma anche produttiva del computer e dei videogiochi). Vediamo sinteticamente perché.

La società postindustriale ha rotto il modello di organizzazione del lavoro tradizionale, favorendo la crescita di un soggetto culturalmente più mobile, attratto da esperienze individuali e non solo dalla reiterazione delle immagini collettive radicate nel modello della fabbrica. Si tratta di un processo di destrutturazione che ha avviato dinamiche di globalizzazione assai diverse dalle logiche industriali dell'imperialismo culturale e della mondializzazione del capitalismo. Queste strategie di dominio della tarda modernità vengono ora intese non più soltanto come transazioni politiche ed economiche condotte a livello planetario, ma anche e forse soprattutto come velocizzazione e intensificazione delle dinamiche di reciproco scambio tra diverse identità e diversi luoghi del pianeta.

In tal senso, lo scenario antropologico-culturale – ancor prima che sociale e politico – emerso da questi mutamenti del sistema-mondo ha ottenuto una perfetta incarnazione nell'operatività di Internet; piegando le linee di forza della globalizzazione alla qualità di soggetti e sensibilità "locali", tanto da costringere molti settori della letteratura specialistica a riflettere sul carattere specifico di questi fenomeni di destrutturazione delle routine unidirezionali dei media ricorrendo all'invenzione di un neologismo, "glocal", significativa crasi tra globalizzazione e localizzazione (l'una costretta a "usare" l'altra). Questa parola chiave manifesta una dimensione critica a nostro giudizio assai più avanzata e articolata dello slogan "no global", per più aspetti vincolato ancora a tradizioni meccanicamente oppositive, tipiche dell'anti-imperialismo classico e dunque conformi alla società industriale di massa ma non più ai contesti post-industrali e radicalmente multietnici, metanazionali e infranazionali, del presente.

Del resto, le dinamiche di mercato fondate su industrie e prodotti "pesanti" hanno progressivamente subito l'invasione di industrie e prodotti "leggeri", immateriali. Anche lo slittamento lessicale da termini di riferimento come "società industriale" e "società dello spettacolo" (ambedue fortemente connessi ai valori della fabbrica e della produzione) verso il termine "società dell'informazione", non a caso ancora sospesa tra l'estrema frontiera dei mass media e la nuova frontiera dei personal media, mette in evidenza una prospettiva post-industriale e post-fordista in cui le aggregazioni sociali tendono sempre più a orientarsi in base alla condivisione di codici culturali, piuttosto che in base alle vecchie stratificazioni di classe. In questo quadro, la trama di mezzi di comunicazione distribuiti tra tempo di lavoro e tempo libero entra in cortocircuito, approssimandosi sempre più a un solo tempo sociale: a seconda dell'interpretazione ideologica che gli si attribuisce, o un tempo integralmente di lavoro o un tempo integralmente libero.

Alla fase postindustriale e postfordista della modernità corrisponde dunque una ulteriore crisi, più forte e più generale, dei processi di lunga durata propri dell'accentramento urbano (le dinamiche che hanno portato alla nascita della metropoli, facendo di questa un invasivo modello di riterritorializzazione). Questi processi si sono rovesciati in più fasi centrifughe, laddove paradigmi e valori del "centro urbano" hanno gradualmente perso gran parte del loro potere in favore dei luoghi abitativi periferici e semiperiferici (Silverstone 1994). Ora questo stesso rovesciamento di senso riguarda l'intera tradizione politica metropolitana, il frutto tecnologicamente più sofisticato delle spirito urbano e dunque della civilizzazione, quella piattaforma espressiva che i mass media hanno a lungo rilanciato e rafforzato in quanto strumenti di ricomposizione e condensazione dei poteri centrali messi in crisi dai mutamenti delle forme storiche dell'abitare. Si tratta quindi di un rovesciamento che mette in crisi le grandi istituzioni generaliste del cinema (territori e culture dell'immaginario collettivo) e della televisione (territori della società moderna, delle sue forme di dominio, dei suoi poteri statuali e economici), facendo forza per l'appunto sulla sensibilità trasversale e sulla vocazione decentralizzante delle culture che oggi si mostrano più inclini a usare l'interfaccia offerto dai nuovi media.

Queste sono le ragioni e le urgenze che possono spingerci a identificare una rottura radicale in grado, se opportunamente valorizzata e negoziata, di investire l'ambito economico-produttivo dei sistemi sociali con l'energia trasgressiva di nuovi ambiti culturali e simbolici. Questa realtà in divenire, nel rovesciamento di interessi e valori che presuppone, viene spesso definita "postmoderna", proprio per marcarne una possibile *alterità* rispetto ai soggetti costitutivi (e ancora oggi dominanti, egemoni) della modernità. Altri preferiscono usare una parola più risolutiva, più decisiva, più intimamente connessa all'innovazione tecnologica: post-umano. La sequenza di eventi – a volte apparentemente minuti e altre volte clamorosi –

di cui si compone questa nostra cronologia ha tracciato le tappe di un lungo percorso. Esso si conclude nello scenario di media profondamente trasformati da una nuova, grande innovazione tecnologica: il digitale. Attraverso queste nuove forme di esperienza le identità si stanno ridefinendo. Altre stanno nascendo, dando luogo a nuovi conflitti. Questo, ancora una volta, il modo – la moda – in cui la comunicazione *scrive la storia* del mondo a cui appartiene, la *registra* e insieme la *fa*.

1951 In Italia, l'emittenza radiofonica pubblica viene organizzata in tre canali, e l'ascolto viene per la prima volta controllato dai campionamenti della Doxa.
Vengono pubblicati i primi studi di Harold Innis sulle comunicazioni.

1952 La RAI sperimenta la trasmissione televisiva.
Negli USA viene prodotto il primo lungometraggio tridimensionale.
Viene ideato il primo linguaggio di programmazione simbolico.

1953 Prima trasmissione televisiva in Eurovisione.

1954 Negli USA compare la prima radio *portatile* a transistor.
In Italia iniziano le trasmissioni televisive regolari della RAI, che assume la denominazione di Radiotelevisione Italiana.
Il Politecnico di Milano adotta il primo grande calcolatore della storia italiana.

1955 Pubblicazione dei saggi di Walter Benjamin.

1956 Negli USA viene messo a punto il videoregistratore, utilizzato inizialmente dalla produzione televisiva.
Primo servizio telefonico pubblico intercontinentale tra Europa e USA.

1957 L'URSS invia il primo satellite artificiale, lo *Sputnik* (il primo satellite statunitense viene inviato nel 1958).

1958 Iniziano gli esperimenti per la rete Arpanet, che diverrà Internet.
Jack Kilby produce il primo circuito integrato su piastrina di silicio.
In Inghilterra i primi esperimenti di trasmissione attraverso fibra ottica.

1959 Erving Goffman pubblica *La vita quotidiana come rappresentazione*.
1960 In Italia, la Corte Costituzionale conferma la legittimità del monopolio RAI.
Invenzione del laser.
1961 In Italia, iniziano le trasmissioni del Secondo Programma.
1962 Viene lanciato il primo satellite per le telecomunicazioni, Telstar.
Marshall McLuhan pubblica *La galassia Gutenberg*.
Prima trasmissione televisiva in mondovisione.
La IBM costruisce i primi elaboratori con circuiti integrati.
Edgar Morin pubblica *L'esprit du temps* (*L'industria culturale*).
1963 In Italia viene istituito l'Ordine dei giornalisti.
Roman Jakobson pubblica i *Saggi di linguistica generale*.
1964 Quattro computer in rete creano Arpanet.
Herbert Marcuse pubblica *L'uomo a una dimensione*.
1965 Invio del primo satellite per uso commerciale e per la comunicazione telefonica, Intelsat.
1966 In Italia, *Addio alle armi* di Hemingway inaugura la collana Oscar Mondadori.
1967 Il MIT produce il sistema SDMS, per la navigazione in un ambiente di informazioni.
In Europa iniziano le trasmissioni televisive a colori.
I teorici della Scuola di Palo Alto Watzlawick, Beavin e Jackson pubblicano la *Pragmatica della comunicazione umana*, un manifesto sulla "impossibilità di non comunicare".
1968 Iniziano le trasmissioni in mondovisione a colori.
Daniel Bell propone la sua teoria della società *post-industriale*.
1969 Sbarco sulla luna.
Esce *2001 Odissea nello spazio* di Stanley Kubrick.
1970 Nella Università dello Utah viene costruito il primo display *head-mounted*, per l'accesso all'ambiente della Realtà Virtuale.
Negli USA viene attivato il primo servizio di videotelefono, sperimentato già dal 1937.
1971 Invenzione del *microchip*.
Trasmette via cavo TeleBiella, la prima televisione privata italiana.

1972 Il presidente degli Stati Uniti Nixon si dimette dopo le rivelazioni del «Washington Post» sulle operazioni di spionaggio compiute contro il Partito democratico (*Watergate*).

1973 L'accordo di pace di Parigi conclude la guerra del Vietnam, a seguito anche della mobilitazione dei media e dell'opinione pubblica statunitense.
Prime connessioni in rete tra Europa e USA.
Roland Barthes pubblica *Mythologies*.

1974 Nasce l'Altair, il primo prototipo di personal computer.
In Italia, le sentenze n. 225 e 226 della Corte Costituzionale incrinano il monopolio Rai. Intanto, TeleGenova trasmette le prime immagini a colori nella storia della televisione italiana.
Viene lanciato Wetstar, il primo satellite privato per le telecomunicazioni.

1975 La rifoma della RAI sottomette l'emittenza televisiva pubblica al controllo del Parlamento (e della commissione parlamentare di vigilanza).

1976 In Italia, una sentenza della Corte Costituzionale autorizza le trasmissioni televisive e radiofoniche private in "ambito locale".
Steve Jobs costruisce l'*Apple*, il primo computer da scrivania (desktop) con schermo e tastiera.

1977 La RAI inizia le trasmissioni televisive a colori sul territorio italiano.

1978 Nasce il termine *telematica* (che unisce informatica e telecomunicazione). Silvio Berlusconi fonda TeleMilano, che diverrà Canale 5.

1979 In Italia nasce Raitre.
Prima diffusione del termine Internet.
In Giappone viene immesso sul mercato il walkman.
In una relazione per il governo canadese, Jean-François Lyotard sviluppa il concetto di condizione *post-moderna*.

1980 In Italia nasce Canale 5, che trasmette programmi registrati su tutto il territorio nazionale, attraverso una rete di piccoli network affiliati.

1981 L'IBM immette sul mercato il primo personal computer.
Nasce l'ipertesto (Nelson).
Pubblicazione della *Teoria dell'agire comunicativo* di Jürgen Habermas.

1982 Viene identificato un protocollo standard per la navigazione in Internet (TCP/IP).
Diffusione del microprocessore 80286.
1983 Nasce il compact-disc.
In Italia, la RAI compie il primo esperimento di TV ad alta definizione.
Umberto Eco descrive l'avvento della *neo*televisione.
1984 Dopo aver rilevato Italia 1 (1982), Berlusconi acquista Rete 4. Inizia idealmente il duopolio del sistema televisivo italiano.
La RAI introduce il sistema di Televideo, equivalente del Teletext.
Lo scrittore William Gibson propone il neologismo "cyberspazio".
Negli USA, la Corte Suprema stabilisce la legittimità dell'uso domestico del videoregistratore rispetto alle leggi sul copyright.
Il computer Macintosh della Apple propone l'interfaccia grafica (adottata anche dall'IBM a partire dal 1990).
1985 Viene proposto sul mercato il supporto multimediale CD-ROM (Compact Disc Read Only Memory).
Si diffonde il processore 386.
1986 In Italia, iniziano i rilevamenti dell'Auditel.
1989 Negli USA, gli abbonati alla telefonia mobile sono 3,3 milioni (erano 90.000 nel 1984).
Inizia la diffusione del processore 486.
1990 In Italia nasce RAISAT. Intanto la "legge Mammì" propone una regolamentazione del mercato editoriale e pubblicitario, e istituisce la figura del Garante.
Archie diventa lo strumento di ricerca su Internet.
1991 L'evento mediale della guerra del Golfo.
Su Internet viene rilasciato lo strumento di ricerca *Gopher*.
1992 Nasce il World Wide Web.
1993 Viene proposto il Pentium, l'ultima generazione di personal computer.
1994 Internet conta più di due milioni di computer collegati in rete.
Vittoria di Berlusconi nelle elezioni politiche italiane.
1996 In Italia viene varata la legge n. 675 a tutela della privacy individuale. La legge istituisce anche la figura del Garante per la privacy.

1997 Negli USA, il numero di messaggi inviati per posta elettronica supera il numero di quelli inviati per posta ordinaria.

1998 Negli Stati Uniti inizia la diffusione del DVD, il sistema di registrazione digitale destinato a sostituire il VHS.
In Italia, le società *Wind* – che vince anche la gara per il terzo gestore della telefonia mobile – *Albacom* e *Infostrada* ottengono la concessione per la telefonia fissa, abbattendo il monopolio Telecom. Gli abbonati alla telefonia mobile sono 17 milioni.

1999 In Italia gli abbonamenti alla telefonia mobile arrivano a 25 milioni, superando gli abbonamenti alla telefonia fissa.

Epilogo

Alberto Abruzzese

Proviamo qui a tracciare una sintesi dei processi comunicativi della modernità. È alla qualità di questi processi che deve rifarsi qualsiasi modello di ricerca e di formazione da attivare in campo mediologico. Si può dire che la *qualità della comunicazione* non è uguale ma certamente è omologa alla qualità del sistema di vita che la produce e ne è prodotto. Non è uguale, perché i linguaggi espressivi fondano il loro senso sulla rielaborazione della realtà, ne sono una rappresentazione sociale e non una copia; ma è omologa perché tale rielaborazione risponde pur sempre ai modelli identitari in conflitto nella società. Questa circolarità tra realtà e riproduzione della realtà, per essere dinamica, deve contare su continui snodi innovativi. A costituire l'energia di ogni mutamento sono le identità e le sensibilità che ne esprimono la qualità e direzione. L'atto della trasformazione è dunque compiuto da chi la desidera, ne ha bisogno e dai conflitti di potere tra i diversi attori sociali.

Chiarita da subito la necessità di tenere sempre presente la soggettività che fa di un determinato mezzo di espressione lo strumento del proprio esserci, del proprio essere al mondo, del proprio essere mondo, cerchiamo qui di esporre sinteticamente le caratteristiche complessive dell'intero processo innovativo delle piattaforme espressive del genere umano. Se ne può individuare il modello fenomenologico in qualsiasi snodo dello sviluppo dei media moderni: grazie alla velocizzazio-

ne del mondo operata dalla società industriale, tali snodi sono in grado di mostrare in tutta evidenza meccanismi che nelle precedenti civiltà hanno invece agito nell'arco di secoli e millenni.

Riferiamoci, ad esempio, all'innovazione cinematografica, che è del resto ancora oggi il "passaggio occidentale" di maggiore rilievo per comprendere l'intero percorso dei media contemporanei (Manovich 2001). Con il cinema siamo in un orizzonte epocale in cui è pienamente visibile l'accadimento in sé dell'innovazione: l'avvento di una nuova piattaforma espressiva, nuova in quanto diversa, in quanto liberazione di una soggettività prima vincolata a forme di comunicazione che ne limitavano l'espressione e dunque l'affermazione e la diffusione. Ma con il cinema, si fa subito altrettanto visibile – di nuovo a ragione della forza intensiva ed estensiva dei processi di socializzazione moderni – anche la dimensione mondiale che il localismo di un'innovazione è destinato a raggiungere. L'innovazione ha dunque in sé un carattere pervasivo. La tensione ad offrirsi, a "donarsi". Una volontà di globalizzazione che si realizza con processi lentissimi nell'antico passato delle civiltà, rapidissimi nella tarda modernità, istantanei nel cyberspace. L'innovazione si estende fuori dei confini del luogo che l'ha generata, per il puro e semplice fatto che essa è tesa a soddisfare un'assenza, un vuoto. Ha una qualità simile alle sostanze gassose. Dunque, per realizzare globalmente l'intensità locale del proprio avvento, deve godere di contesti produttivi e deve vincere le resistenze – i corpi solidi, le barriere, le distanze, ma anche le credenze, le tradizioni, le norme – che si frappongono alla sua capacità di rispondere a ciò di cui il corpo umano, il suo esserci, manca. L'innovazione è dunque sempre glocal. È già ai suoi albori ciò che oggi manifesta apertamente.

L'esempio del cinema ci è servito a illustrare un possibile modello interpretativo della fenomenologia dei

processi di sviluppo dei media. In un determinato sistema sociale, dunque, le nuove soggettività emergenti dall'esperienza vissuta premono per modificare e destrutturare i linguaggi di cui sono dotati grazie alla specifica qualità tecnica dei mezzi disponibili per esprimerli. Questi mezzi si sono fatti tradizione, forme di potere consolidate; sono il prodotto di conflitti e mediazioni che appartengono ai bisogni di soggetti in cui "altre" soggettività non si riconoscono più o non si sono mai riconosciute. Prima del cinema, quale era lo spazio comunicativo pubblico a disposizione di identità scarsamente o per nulla alfabetizzate? In che altro modo, se non con lo schermo cinematografico, queste identità – entrando nella contemporaneità moderna – avrebbero potuto rendersi visibili a se stesse e allo sguardo degli altri? Quando la tenitura delle piattaforme comunicative di un sistema sociale entra in crisi, vuole dire che si sta creando il vuoto necessario all'espansione di un evento innovativo. Per fasi di varia durata, questa pressione innovativa si limita ad agire all'interno dei mezzi d'espressione socialmente disponibili e accessibili. Ma, in alcuni particolari snodi epocali dello sviluppo sociale, quando cioè l'intensità e l'estensione dei bisogni emergenti assume la portata di una rivoluzione, allora la pressione interna alle piattaforme espressive tradizionali si fa così potente rispetto alla loro capacità di rappresentazione, i contenuti che desiderano apparire si fanno così diversi dalla visibilità dei precedenti, che le risorse tecnoscientifiche socialmente disponibili vengono fatte convergere nella creazione e qualificazione di un nuovo e più sofisticato mezzo d'espressione in grado di assecondare i soggetti, le narrazioni e le figure che sono alla base del mutamento.

Dalle forme di gestualità preistorica sino ai linguaggi moderni e post-moderni della riproducibilità tecnica e digitale, la fenomenologia delle innovazioni mediali è consistita in questo movimento dis-continuo. Il senso

della parola dis-continuo è equivalente a glocal: una frattura locale che proprio in quanto apertura di un vuoto, riconoscimento di una assenza, innesta una dinamica globale. Agli albori del mondo abitato, l'emergere di nuove soggettività e la conseguente trasformazione dei mezzi per esprimerle agiscono nel quotidiano corpo a corpo tra l'uomo e la natura. Questa cruenta dimensione è in grado di spiegare in modo lampante che la qualità assunta dalle tecnologie è sempre basata su un conflitto di potere. Sul desiderio di sopravvivenza che ciascun corpo manifesta contro chi lo minaccia. Inoltre, questa scena primaria dell'esperienza umana si rivela come punto di partenza ma anche punto di ritorno dell'intera spirale di sviluppo del mondo civile: infatti hanno in comune l'impossibilità di separare e distinguere azione e comunicazione. Oggi, come allora, è l'orizzonte bio-antropologico ad assorbire in se stesso ogni impulso tecnologico. Il cyborg mitizzato dalla prima ondata dei linguaggi digitali individua un corpo che agisce al di là di ogni schermo e dunque in una finzione di sé reale e non mediata.

Chiarito il modello di sviluppo delle innovazioni, possiamo ora tracciare la linea progressiva delle discontinuità che giungono sino al nostro mondo contemporaneo. Per rielaborare le materie prime della natura e riuscire ad abitare il mondo, l'uomo ha progressivamente costruito protesi che lo mettessero nella condizione di svolgere questo lavoro nel modo più efficace possibile. La stretta analogia tra termini quali produrre e comunicare ci permette di capire che tutti gli oggetti, ivi compresi quelli comunicativi, possono essere interpretati come protesi. Strumenti concepiti – fatti nascere – per rafforzare l'espressione. L'intero sviluppo delle civiltà umane sino ai tempi nostri è stato una lunga sequenza di azioni compiute da protesi, da strumenti concepiti per rafforzare il nostro corpo: la sua struttura muscolare (a partire dalla mano, dalla sua specializzazione in un

arto prensile e dal suo sviluppo in nuove successive attrezzature, come le armi e gli utensili); la sua pelle (a partire dalle prime protezioni vestimentarie). La *comunicazione gestuale* segna la prima grande emancipazione dell'uomo. Quella mediante graffiti e oggetti d'uso dimostra il carattere primario dei rituali e dei beni di consumo rispetto ad ogni altra forma di comunicazione. La *comunicazione orale* si definisce, a sua volta, nella progressiva specializzazione di particolari capacità vocali della bocca, maturate nel suo uso emotivo e segnaletico. Questo, giunto a perfezione, consentì la creazione dei linguaggi verbali: essi avevano la qualità di garantire l'agire comunicativo in situazioni locali e faccia a faccia. Lo sviluppo di tutte le altre funzioni sociali, espressive e comunicative dipese dalla potenza assunta dalla parola. Anche le funzioni della memoria, che non disponeva di supporti e archivi extracorporei e quindi poteva essere trasmessa solo attraverso la voce. Nei tempi omerici, il ritmo e dunque la poesia furono tecniche che aiutavano a ricordare e ad apprendere. La *scrittura* costituì il secondo grande scatto innovativo della qualità della comunicazione. Tanto potente da essere il principale supporto mentale delle conoscenze umane e da costituire ancora oggi una piattaforma espressiva di grande rilevanza sociale. È il frutto a sua volta di un lunghissimo processo genetico, in cui il progressivo intensificarsi delle relazioni umane aveva spinto verso linguaggi che potessero garantire una netta separazione e autonomia tra il corpo del comunicatore e gli "oggetti" comunicati, così da superare le distanze dello spazio e del tempo e poter soddisfare meglio tanto le funzioni di comando e transazione a distanza, quanto la trasmissione della memoria oltre la morte degli uomini.

Varie forme di scrittura prealfabetica (come quella geroglifica degli egizi), ancora fortemente legate all'analogia tra il segno e la forma degli oggetti che si vogliono significare, hanno preceduto quindi la scrittura vera e

propria, intesa cioè come insiemi di segni senza più alcuna analogia con i loro referenti. La fonetica dei linguaggi verbali si tradusse in alfabeto: le lettere costruirono parole, le parole frasi. La scrittura aveva il carattere artigiano di un'operazione manuale specializzata. Il ricco proprietario o il re del mondo antico potevano scrivere per mezzo del proprio schiavo, affidargli la propria memoria, consultarlo come noi oggi consultiamo la banca dati di un computer. Se attribuiamo un significato paradigmatico al processo di modernizzazione come passaggio dai regimi comunitari di convivenza umana a quelli societari, la scrittura si presenta in modo evidente come radice di questo processo. La civiltà greco-romana, esperienza fondante del mondo occidentale, comprende sia il periodo dell'oralità che quello della scrittura. I valori della polis greca come modello della politica moderna hanno la loro origine in questi passaggi verso la scrittura. Essa ha liberato dalla costrizione comunitaria e insieme è servita alla costruzione di leggi e vincoli sociali.

Per molto tempo – anche se per un tempo infinitamente più contenuto di quello che dall'uomo senza protesi meccaniche si era spinto sino all'uomo che scrive – il sistema dei linguaggi espressivi si è articolato in base allo sviluppo delle performance del corpo e della parola, della messa in scena, della musica, delle arti della pittura e della scultura: la scrittura vi svolse il ruolo di linguaggio dominante proprio grazie alla qualità che ha di assolvere funzioni connettive e normative sulla varietà degli altri linguaggi. E dei diversi domini semantici di questi linguaggi la scrittura è stata ed è l'esperanto, la traduzione in linguaggio universale. La scrittura fece dunque sul piano della comunicazione quello che l'architettura, l'urbanistica, le reti viarie hanno fatto sul piano del territorio fisico: ha reso abitabile l'esperienza di cose e luoghi tra loro diversi.

L'assetto che abbiamo descritto, seppure con una serie infinita di sviluppi e quindi di variazioni qualitative

(si pensi al transito dalla lingua latina alla lingua volgare), ebbe una lunga durata. Il nuovo epocale salto di qualità delle forme di comunicazione si realizzò con l'invenzione della stampa, nel XV secolo, dunque alle origini dell'epoca moderna. Le funzioni della scrittura hanno goduto a questo punto di uno straordinario potenziamento, ogni sua qualità ne fu arricchita. L'invenzione della stampa fu infatti il frutto e la causa di rivoluzioni determinanti per il processo di modernizzazione.

Lo stesso dispositivo dialettico costituito dalla dicotomia tra antico e moderno, si fondò sulle capacità di conservazione, riproduzione e divulgazione che prima erano limitate al monastico e paziente lavoro della scrittura manuale. La stampa consentì di soddisfare la nuova qualità di sistemi sociali che andavano intensificando sempre più viaggi e commerci. Dalla dimensione sacra della scrittura religiosa il libro passò alla sua dimensione di autorità mondana: dai testi greco-latini del cattolicesimo si passa alla prima traduzione in tedesco della *Bibbia* di Lutero stampata da Gutenberg.

Le altre forme espressive, iconiche, verbali e musicali consolidarono le proprie tradizioni, i loro canoni, seguendo lo sviluppo letterario della prima civiltà moderna. Ma la rivoluzione tecnologica in grado di segnare davvero una massiva traduzione dei territori dell'oralità in quelli della scrittura, si ebbe con la motorizzazione della tipografia, la sua trasformazione da bottega artigiana in *fabbrica*. Grazie alla nascita della civiltà delle macchine, dei processi di urbanizzazione e metropolizzazione (e grazie all'aumentato bisogno di alfabetizzazione a fini educativi, produttivi e di controllo), la stampa divenne un formidabile mezzo di socializzazione. Le lingue scritte, per la più estesa capacità diffusiva di cui cominciavano a godere grazie alla riproducibilità meccanica e non manuale, svolsero una funzione dominante nella costruzione degli Stati moderni e delle loro culture scientifiche, artistiche e folkloriche. Sono state un

fattore fondamentale della nascita dell'opinione pubblica, delle strategie della moda, dei processi di democratizzazione. I fratelli Grimm (fra il 1812 e il 1822) tradussero e adattarono in lingua letteraria le favole sino ad allora trasmesse per via orale e popolare. È in questa fase che la qualità della comunicazione si innesta alla qualità dei processi di unificazione nazionalpopolari.

Alexis de Tocqueville, grazie al suo viaggio del 1830 in Nordamerica, fu subito in grado di distinguere ed elaborare teoricamente le caratteristiche della produzione e del consumo letterario nelle nascenti democrazie di massa e di mercato. Esse mostravano una specifica differenza rispetto alla qualità della comunicazione nei regimi aristocratici: la soggettività che vi si esprimeva non era più il nobile o il ricco borghese e chi di quel sistema facesse parte, ma il consumo collettivo.

L'Ottocento occidentale è stato il tempo della metropoli moderna e delle sue strategie ostentative. Accanto alla diffusione sempre più massiccia della scrittura, che cominciò a ibridare il supporto cartaceo con illustrazioni emotivamente sempre più eloquenti, si svilupparono i linguaggi della messa in scena collettiva e assunsero un progressivo rilievo festivo le macchine fascinatorie di origine rinascimentale e barocca (dalla lanterna magica alle fantasmagorie e ai panorami).

La qualità della comunicazione letteraria cominciò a venire programmata sempre più consapevolmente in vista del pubblico. Lo aveva già fatto Giovanni Battista Piranesi a Roma, vendendo le sue stampe di monumenti e rovine ai turisti del Grand Tour, il viaggio di iniziazione con cui – attraversando città d'arte, bellezze mediterranee e paesaggi esotici – aristocratici e grande borghesia formavano la futura classe dirigente. A New York, nella prima metà dell'Ottocento, fu Edgar Allan Poe a cogliere la necessità di rapire l'attenzione e sedurre il lettore inscrivendolo con più decisione nelle strutture del racconto, elaborando quindi formati e generi

conformati alle condizioni del consumo, alla sua dimensione emotiva (qui hanno avuto origine i futuri filoni – horror, fantastico, poliziesco – della futura cultura cinetelevisiva). Poe fu capace di cogliere nei flussi della folla ottocentesca una composizione di classe (borghesi, operai, impiegati) sempre più attratta nel *nervosismo* della vita moderna, nel continuo oscillare tra le sue fluenti zone di luce e le sue deserte, rarefatte zone d'ombra; sempre più attratta da estetiche del gusto. Queste non appartenevano più alla ordinata cornice delle estetiche della bellezza, delle forme stabili e armoniose dell'arte classica. La società che aveva potuto concepirle era ormai finita nel mito. Il mito di una "universalità tra cielo e terra" e di uno "spirito assoluto" che – nella società moderna in quanto radicale mondanizzazione ma anche piena appropriazione di quel mito – era destinato a rinnovarsi alimentando stili espressivi sempre di nuovo improntati alla nostalgia e al senso di morte. Sensibili alle mode, i gusti del pubblico andavano orientando la nascente industria culturale e ne erano orientati: essa offriva efficaci surrogati delle mitologie e credenze del passato; metteva in luce sin dall'inizio delle sue strategie produttive la propria vocazione al revival. Suscitare la presenza di ciò che si sente assente diventa l'imperativo delle prime estetiche di massa. Un sentire precario che va dritto dentro le paure per il mutamento. Le compensa e insieme le stimola. Esiste un legame profondo tra paura e innovazione (e dunque qualità dei mezzi di comunicazione).

È in questo scenario che si colloca anche l'invenzione del *dagherrotipo*: mezzo per fissare il tempo, farlo ritornare, sopravvivere. Come il collezionismo. Ma molto, molto di più. Le nostalgie dei moderni non hanno a che vedere con l'inerzia aristocratica, con lo svanire della sua sovranità. Il tramonto dell'Occidente è sempre un'alba, l'accendersi di mondi nuovi. La nostalgia occidentale è ripensamento ma anche un potente strumento

di dominio, forma di controllo, risorsa per lo sviluppo delle relazioni umane. E anche una merce che garantisce alti profitti. La qualità della comunicazione conquistò con la fotografia una piattaforma tecnica sino ad allora inconcepibile: l'istante che sfugge all'occhio umano è qui affidato al dispositivo dello scatto fotografico. Il suo "automatismo" serve alle cerimonie, ai poliziotti, al desiderio, alla famiglia, agli eroi, alle tombe. Ancora di più. La realtà fisica, con il procedimento fotografico, viene riprodotta come *superficie* e, grazie a questa sua tanto radicale smaterializzazione, può essere falsificata, modificata, piegata alle invenzioni della realtà sociale. La superficialità delle mode ha ora a disposizione un suo specifico linguaggio.

Con la fotografia, il telegrafo, il fonografo e infine il grammofono, dedicato esplicitamente al consumo musicale, le forme espressive della riproducibilità tecnica iniziarono la loro più poderosa vicenda sociale e commerciale: l'immagine e la parola a distanza potevano rispondere in pieno alle esigenze di socializzazione e trasparenza collettiva della massificazione moderna e dei suoi mercati. La trama di intersezioni metropolitane tra spazi domestici e spazi pubblici si andò evolvendo rapidamente grazie a queste forme di produzione e consumo personali. Così accadde anche con il telefono per quanto riguarda la comunicazione interpersonale. Mentre il cinema muto e la radio caratterizzarono una qualità altrettanto originaria della comunicazione in quanto messa in scena per la collettività, mezzi di espressione in grado di dialogare con i sistemi sociali industriali, le loro ideologie, le loro strategie divulgative ed educative, i loro modelli organizzativi, i loro consumi.

La differenza semantica ma anche la reciproca attrazione o repulsione tra il pubblico dello spazio letterario e il pubblico dello spazio metropolitano – già così bene individuate da Poe – venivano riprese e ampliate in un nuovo territorio, assai più generale, costituito dalle di-

verse forme di riproducibilità tecnica della voce e della scena che si erano andate estendendo oltre i luoghi della metropoli e della lettura. Il conseguente ampliarsi dell'impatto, ma anche dell'integrazione, tra forme di comunicazione *verbali*, *alfabetiche* e *iconiche* fu il nuovo spazio mediale in cui si fece possibile accogliere strati sociali sempre più ibridi ed estesi, sempre più lontani dalle culture dello "scrittore", sempre più vicini alle culture dello "spettatore". La fermentazione dovuta al reciproco antagonismo tra diversi pubblici – quello delle relazioni urbane, quello della scrittura, quello delle arti, quello dei consumi – favoriva la loro sempre più netta immersione dentro un unico processo di crescita collettiva. Il prodursi, in questo processo, di un attrito continuo tra oggetti materiali e oggetti immateriali rilanciava ed esaltava la spinta della fotografia a fantasmatizzare la realtà. Cinema muto e radio furono il primo punto di arrivo di un bisogno collettivo che aveva a lungo fatto perno sui desideri narcisistici e sugli automatismi sociali di cui la fotografia si era fatta precoce espressione: gettare gli occhi nello scorrere della vita quotidiana e sottrarla alla morte. La fotografia aveva tracciato gli orizzonti futuri della comunicazione. La perenne tensione dei media verso un'integrale immersione nell'esperienza diretta delle cose. Prima vennero schermi privi di voci, il cinema; poi voci prive di immagini, la radio. Due mezzi di riproduzione della realtà ancora imperfetti ma con cui la singola persona poteva – grazie alla condivisione di simulacri collettivi – costruire la propria identità e verificare il proprio sistema di credenze.

Questo processo di massificazione, avvenuto tra la seconda metà dell'Ottocento e i primi anni del Novecento, ha prodotto a sua volta alcune significative reazioni di rifiuto o di superamento. Scelte critiche di segno nettamente diverso, che ci possono aiutare a comprendere la differenza tra chi sa riconoscere e chi non

sa riconoscere il terreno politico offerto dalle strategie di omologazione attivate dall'innovazione (dal suo costante rapporto con i sensi, gli arti, gli organi del corpo umano, dunque con ciò che esiste di più prossimo al reale, di più discontinuo e insieme continuo, di più locale e insieme globale). Nel quadro di queste scelte di rifiuto della cultura di massa, possiamo distinguere tre mosse principali. La prima mossa: il ripiegamento difensivo delle culture più tradizionali dentro i recinti di una qualità di prodotto chiusa su se stessa (da qui provengono il corporativismo degli intellettuali e l'accademismo universitario ancora oggi così presenti). La seconda mossa: l'estremo sforzo che alcuni autori della grande tradizione occidentale hanno compiuto nel dare un "sempre ultimo" esempio delle capacità traduttive della scrittura letteraria e delle arti, piegandole ad essere la forma stessa della crisi di senso che i processi di socializzazione e massificazione hanno prodotto nella qualità originaria dello sviluppo moderno. In tutti questi casi – dal romanzo alla musica o alla scultura – si tratta di piattaforme comunicative che riconoscono i profondi mutamenti della modernità e l'avvento di nuove soggettività ma insistono nel rappresentarli attraverso piattaforme espressive che restano nel dominio dei corpi e dei saperi della tradizione. La terza mossa: si distingue nettamente dalle altre perché il ceto intellettuale che la compie, pur essendo ancora il frutto – il più avanzato, il più sofisticato – della tradizione borghese, sceglie di superare se stesso e le proprie funzioni, inglobando in sé la qualità delle culture di massa (vita metropolitana, spettacolo, tecnologie, merci). Questa mossa, estremamente innovativa rispetto all'ambito colto e intellettuale a cui appartiene, culmina con le *avanguardie storiche*. Il segno più eloquente del loro lavoro creativo si manifestò nella scelta comunicativa di prediligere piattaforme espressive diverse da quelle dominate dalla scrittura. Una scelta che scardinava l'arte dalla sua cor-

nice moderna di istituzione a sé stante, sovrana ma specializzata, riavvicinandola invece alla sfera del sacro. Grazie a questo salto di qualità, negli anni Trenta i media di massa e i linguaggi espressivi delle avanguardie entrano in rapporto tra di loro, creando le basi dell'industria culturale come sistema egemone, come apparato dell'immaginario collettivo. È a questo punto che Walter Benjamin ripensa l'intero sviluppo dei mass media come *quantità che si trasforma in qualità*. Questo non sarebbe potuto accadere senza l'assoluta rilevanza simbolica assunta dalle merci: furono proprio le avanguardie storiche (espressionismo, dadaismo e surrealismo) ad accogliere le merci nella cornice della produzione artistica, adottando strategie di *bricolage* che hanno anticipato le culture postmoderne di oggi. Ma, soprattutto, non poteva realizzarsi senza il volano di nuovi mezzi di espressione, in grado di saldare ciò che nella radio e nel cinema muto restava diviso: la parola e l'immagine. Il cinema sonoro e la televisione. L'uno proseguiva la tradizione dello spettacolo in sala; l'altra, dando un corpo visibile alla radio, esaltava tutti quei processi espressivi che avevano messo in comunicazione l'interno della dimora con l'esterno, con il mondo. La risacralizzazione dei prodotti dell'industria culturale di massa – si pensi ad esempio al divismo che proprio negli anni Trenta assume la sua piena dimensione – è, e da allora sarà, la conseguenza del grado di mondanizzazione che le forme mediali hanno raggiunto grazie al realismo, alla credibilità percettiva e dunque emotiva dell'audiovisivo. Il perfezionamento delle forme di accesso collettivo alla visibilità di se stessi, via via realizzato dalla qualità dei dispositivi audiovisivi (dal cinema alla televisione e infine al computer), ha potenziato sino al massimo la qualità dei modelli di socializzazione collettivi praticati dall'Occidente.

Ma la qualità del sistema comunicativo egemonizzato dalla TV si è potuta spingere al massimo delle sue possi-

bilità solo sino a quando l'identità collettiva concepita dalla tradizione moderna dentro i confini della società industriale ha potuto resistere alla violenza di mutamenti che sempre più la minano dall'interno e dall'esterno: il franare dei legami di coesione garantiti dalle istituzioni statuali e dalle culture nazionali e l'emergere di nuove soggettività che la cultura di massa, così radicata nella tradizione verticale e accentratrice del progetto moderno, non soddisfa o non può più soddisfare. Nell'ultima fase dei linguaggi generalisti, quella più potente e pervasiva, le estetiche dell'audience hanno spinto oltre ogni limite il loro distacco dalle estetiche dell'arte e dalle ideologie divulgative ed educative, mostrando quanto la precoce lettura di Benjamin spiegasse implicitamente gli effetti del rovesciamento dei linguaggi di massa in *qualità*: i linguaggi premediatici (teatro, letteratura, pittura) sarebbero progressivamente usciti dal quadro di qualità generale dei sistemi moderni per restare forme settoriali di una tradizione premoderna. Tuttavia ancora nell'ultimo ventennio del Novecento, casi, come quello italiano, di violenta reazione istituzionale contro la massima visibilità del popolo della TV generalista, dimostrano che la qualità dei mass media è ancora negoziata da soggetti sociali legati ai linguaggi tradizionali, a monoculture, a interessi unidirezionali.

Tuttavia i ritmi dello sviluppo e dei mutamenti sono ormai rapidissimi. La crisi del fordismo e delle sue *routines* produttive, il collasso di strategie di socializzazione fondate su un alto grado di omologazione e un basso grado di diversificazione, l'emergere sempre più netto di processi di disidentificazione e destrutturazione delle identità forti della tradizione moderna stanno creando il senso di vuoto necessario, come si è detto, a un nuovo processo innovativo. Qui, ad emergere non sono tanto o soltanto i soggetti sociali in quanto tali (nel senso tradizionale di classi, ceti, gruppi, e anche generi), ma alcune specifiche componenti della persona, dunque soggettività

trasversali alle mappe sociali, che non trovano mezzi di espressione negli assetti storici dei media, nelle forme semantiche imposte dalla loro qualità tecnica e dai soggetti che la dominano. Una rapida moltiplicazione di fenomeni di personalizzazione dell'agire comunicativo sta dando luogo allo sviluppo dei new media: la loro qualità consiste nel favorire, insieme a un salto sostanziale della smaterializzazione del mondo, forme di interattività e multimedialità che i mass media sono stati in grado di realizzare solo in minima parte; nel privilegiare linguaggi esperienziali e psicomotori. Queste doti tecniche hanno dunque la qualità di penetrare definitivamente nella corporeità diffusa della vita quotidiana e in tutti i suoi più remoti dispositivi produttivi. Infine sono in grado di connettere, in modi fino a ora impraticabili, bisogni globali e bisogni locali.

Prima di arrivare alla nuova piattaforma espressiva realizzata dai mezzi digitali, fermiamoci un momento e riprendiamo il tema a cui si è accennato all'inizio. Si è detto che l'innovazione ha sempre una vocazione glocal. La storia che ne abbiamo rapidamente tracciato, dimostra tuttavia che i confini di una spinta automatica alla globalizzazione sono relativi alla qualità dell'ambiente in cui l'innovazione si accende. Per lungo tempo la pulsione globalizzatrice dell'innovazione è stata condizionata dalla natura del suo contesto geopolitico. Nel corso dei secoli, abbiamo visto che questi confini si sono andati allargando in rapporto all'espansione di determinati ambienti rispetto ad altri. Tali sconfinamenti sono stati possibili in terre floride e popolate, assai meno o assai più lentamente in terre povere e desertiche. Regni e imperi si sono avvicendati nel corso della storia mondiale, comunicando tra loro attraverso guerre, invasioni, religioni, commerci o trattati di pace. La placenta vitale dei processi innovativi è costituita dalle relazioni tra dimensioni diverse dell'abitare. Questo meccanismo ha caratterizzato anche la divisione del mondo moderno in nazioni ricche e paesi poveri.

Il meccanismo che abbiamo descritto sembra avanzare la tesi di una spinta dalla dimensione locale alla dimensione globale interamente determinata e circoscritta dai poteri (mitologie, credenze, modelli d'organizzazione, risorse economiche, apparati di controllo, armi, culture) con cui l'innovazione si impone all'interno e all'esterno del proprio spazio genetico. Ma, l'osservazione dei processi di sviluppo di spazi geopolitici, restati in tutto o parzialmente separati tra loro, ci mostra che sono esistite e tuttora esistono ampie omologie tra le rispettive logiche innovative. Pur nella diversità di ciascun contesto antropologico, culturale e sociale, l'innovazione è in maggiore o minore misura presente e risulta essere sempre strumento di destabilizzazione e insieme di potere, innesto di un fattore che ha per sua origine e suo fine un radicale mutamento del sistema di relazioni vigenti. L'innovazione riesce ad essere tutto ciò perché è oggetto di desiderio, anzi l'oggetto del desiderio. E il desiderio è una pulsione inseparabile dalla persona. Vale a dire che è l'estremo localismo di un singolo corpo a costituire la "massa emotiva" su cui si basa la domanda di nuove tecnologie.

Il fatto che nei luoghi comuni del pensiero occidentale, nei suoi modi di esprimere la dialettica tra paura e sviluppo, si faccia spesso oggetto di nostalgia la condizione esistenziale di chi abita contesti a bassa capacità innovativa, ci suggerisce un'altra considerazione: il peso che le forme culturali (e i soggetti e dispositivi di potere che vi si nascondono) hanno sulla dimensione dei fenomeni di glocalizzazione, sul modello fenomenologico della loro evoluzione. Si tratta di interpretare l'evidente scarto esistente tra contesti che si sono rapidamente aperti all'innovazione; contesti che, al contrario, hanno a lungo fatto o dovuto far prevalere, sulla mobilità e instabilità imposte dall'innovazione, i vincoli della tradizione, la stabilità dei propri ordinamenti e dei propri linguaggi; e infine i contesti che hanno saputo e potuto

bilanciare tradizione e innovazione, separare il rigido controllo delle credenze e dei costumi dall'apertura ai modi di produzione e all'intensificazione spaziotemporale imposti dall'innovazione. In ciascuno dei tre casi (ad esempio Occidente, Terzo Mondo, Giappone o Cina), gli aspetti culturali, politici ed espressivi di ogni ambiente sociale – di ogni comunità, di ogni gruppo, di ogni persona – vengono dilaniati o ricomposti dalle innovazioni. Queste, con l'aumento sempre più intenso delle possibilità materiali e immateriali di contatto tra i rispettivi confini di tutti i luoghi del mondo, hanno determinato una progressiva forma di scambio economico/politico in cui l'innovazione è sempre meno legata a contesti locali e sempre più a flussi globali. La contemporaneità dei flussi televisivi generalisti esprime questa dimensione: la capacità globalizzante di cui dispone un prodotto dell'industria cinetelevisiva americana lo rende superiore a qualsiasi altro prodotto locale. Ma al tempo stesso – qui, seppure in modo asimmetrico, sbilanciato, avviene lo scambio economico/politico – le forme della globalizzazione per riuscire nel loro obiettivo di mercato devono assorbire elementi di localismo (così come non v'è oggi oggetto di produzione locale che, per entrare nel suo consumo, non debba assorbire qualche elemento globale). Vista in questa prospettiva, l'asimmetria tra globalizzazione e localismo lascia intravedere i propri limiti: se l'innovazione appartiene sempre più alla dimensione globale piuttosto che a quella locale e questa si fa tuttavia sempre più necessaria ad alimentare l'innovazione, gli strumenti di comunicazione elaborati dalla tarda modernità non bastano più. Simultaneità e diversificazione hanno ora bisogno di un'unica piattaforma mediale. Multi-versa.

La qualità delle reti costituisce un salto radicale rispetto alla qualità della riproducibilità tecnica: la "copia" ha bisogno di complessi e costosi sistemi distributivi, mentre invece la figura congiunta del consumatore-

produttore ha bisogno di superare l'intermediazione della "copia". Le tecnologie si sono dunque andate evolvendo per assecondare situazioni di interfaccia ottimali. La scrittura e l'immagine devono essere manipolate con la stessa duttilità e rapidità della conversazione e dell'intrattenimento interpersonale. Ai linguaggi analogici si contrappongono i linguaggi digitali, numerici, che si svincolano da ogni legame con la *realtà* (e con le modalità di relazione che la modernità ha instaurato tra rappresentazione e realtà). Il valore di questa svolta qualitativa si percepisce in tutta la sua portata se la collochiamo nella profonda frattura dei paradigmi che a suo tempo hanno dato luogo ai mass media e nella conseguente apertura dei paradigmi anti-moderni che potrebbero caratterizzare i personal media. La qualità dei new media rivela una soggettività della comunicazione che, come si è detto, ruota non intorno alla potenza unificatrice delle identità collettive, ma intorno alle energie diversificatrici delle identità singolari. Alle forme di sapere accentrate e verticalizzate si contrappongono slittamenti verso forme decentrate e trasversali, periferiche, instabili. Verso modi d'essere che sino a oggi il progetto moderno ha delegittimato come "disabili".

Sulla base di queste stesse considerazioni, andrebbero valutati i vari apparati e dispositivi di settore che costituiscono la base di ogni evento comunicativo, e tanto più gli strumenti che presiedono alla ricerca e alla formazione dei contenuti necessari a garantire la vitalità di tali apparati e dispositivi, dei loro modelli di organizzazione e management. Purtroppo le qualità di processo e di prodotto oggi prevalenti nei sistemi di comunicazione si orientano verso paradigmi ancora governati da culture della produzione attente sì ai mutamenti del consumo, ma tradizionalmente sorde al loro significato, alle necessità e alle aspettative che ne emergono. Se è vero che i saperi istituzionali tardano a comprendere quanto il cittadino si sia trasformato in consumatore, è

altrettanto vero che le culture di mercato resistono con pari forza, e spesso con altrettanta ottusità, ad assumere il senso di responsabilità che tale trasformazione socioantropologica impone all'impresa (privata o pubblica che sia).

Il percorso che abbiamo descritto basta a problematizzare – molto più di quanto solitamente sia stato fatto – i giudizi di valore sulla qualità della comunicazione. Dovrebbe bastare a farci vedere con più sospetto, ad esempio, le polemiche tra fautori del cinema d'autore e fautori del cinema di spettacolo o delle mode effimere. A farci ragionare sulla televisione in modo più professionale e più politico, in termini di società dell'informazione e non di società dello spettacolo. E ancora: di fronte a mezzi di espressione come i videogame (mezzi che sopravanzano le modalità d'uso del computer sul piano dell'efficacia psicosomatica), dovrebbe consentirci di riconoscere una qualità che non può essere giudicata con la stessa scala di valori delle estetiche o delle istituzioni scolastiche. Infatti, le nuove piattaforme comunicative dei linguaggi digitali – ben diverse rispetto alle qualità della scrittura e dei suoi tanti derivati – si contrappongono ai soggetti storici delle istituzioni sociali, autoritativamente fondate sul libro (e ora anche sugli ipertesti, almeno quando si limitino a esserne un puro e semplice sviluppo e potenziamento).

Infine, un'attenta analisi critica della qualità televisiva e della qualità digitale, se fondata sui bisogni che oggi stanno destrutturando dall'interno e dall'esterno ogni sistema di informazione moderno, potrebbe fornirci non pochi elementi utili alla rinegoziazione sociale dello sviluppo tecnologico.

Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici secondo il sistema autore-data è sempre quello dell'edizione in lingua originale.

Aakhus, M., Katz, J., a cura, 2002, *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk and Public Performance*, Cambridge, Cambridge University Press.

Abruzzese, A., 1973, *Forme estetiche e società di massa. Arte e pubblico nell'età del capitalismo*, Venezia, Marsilio, 2001.

Abruzzese, A., 1979, *La grande scimmia. Mostri automi vampiri mutanti*, Roma, Napoleone.

Abruzzese, A., 1984, a cura, *Ai confini della serialità*, Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane.

Abruzzese, A., 1987, "*Introduzione*", in L. Caramiello, *Il Medium nucleare*, Roma, Edizioni Lavoro.

Abruzzese, A., 1995, *Lo splendore della TV. Origini e destino del linguaggio audiovisivo*, Genova, Costa & Nolan, 2000.

Abruzzese, A., 1996, *Analfabeti di tutto il mondo uniamoci*, Genova, Costa & Nolan.

Abruzzese, A., 2001a, *L'intelligenza del mondo. Fondamenti di storia e teoria dell'immaginario*, Roma, Meltemi.

Abruzzese, A., 2001b, "*Essere moda. Appunti sui modi di affermarsi nel mondo ovvero sul mercato delle identità*", in A. Abruzzese, N. Barile, a cura, *Communifashion. Sulla moda, della comunicazione*, Roma, Luca Sossella.

Abruzzese, A., Borrelli, D., 2000, *L'industria culturale. Tracce e immagini di un privilegio*, Roma, Carocci, 2001.

Abruzzese, A., Dal Lago, A., a cura, 1999, *Dall'argilla alle reti. Introduzione alle scienze della comunicazione*, Genova, Costa & Nolan.

Abruzzese, A., Scurti, G., 2001, *L'identità mediale degli italiani*, Venezia, Marsilio.

Agamben, G., 2002, *L'aperto. L'uomo e l'animale*, Torino, Bollati Boringhieri.

Agostini, R., 2001, "*Chimere. Note su alcune musiche (im)popolari contemporanee*", in F. D'Amato, *Sound Tracks. Tracce, convergenze e scenari degli studi musicali*, Roma, Meltemi, 2001.

Ahearn, L., 2001, "*Agentività/Agency*", in A. Duranti, a cura, 2001.

Aimone, L., Olmo, C., 1990, *Le Esposizioni Universali 1851-1900: il progresso in scena*, Torino, Allemandi.

Alberoni, F., 1979, *Innamoramento e amore*, Milano, Garzanti.

Anceschi, G., a cura, 1992, *Il progetto delle interfacce*, Milano, Domus Academy.

Anderson, B., 1983, *Comunità immaginate. Origine e diffusione dei nazionalismi*, Roma, manifestolibri, 1996.

Appadurai, A., 1996, *Modernità in polvere*, Roma, Meltemi, 2001.

Arendt, H., 1964, *La banalità del male. Eichmann a Gerusalemme*, Milano, Feltrinelli, 2001.

Arendt, H., 1967, *Sulla rivoluzione*, Torino, Edizioni di Comunità, 1999.

Aristotele, *Opere*, vol. X, *Poetica*, *Retorica*, ed. it. di A. Plebe, M. Valgimigli, 1988, Roma-Bari, Laterza.

Attali, J., 1977, *Rumori. Saggio sull'economia politica della musica*, Milano, Gabriele Mazzotta Editore.

Augé, M., 1992, *Nonluoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità*, Milano, Elèuthera, 1993.

Aumont, J., 1989, *L'occhio interminabile. Cinema e pittura*, Venezia, Marsilio, 1991.

Austin, J. L., 1962, *Come fare cose con le parole*, Genova, Marietti, 1987.

Bachelard, G., 1957, *La poetica dello spazio*, Bari, Dedalo, 1975.

Bachelard, G, 1961, *La fiamma di una candela*, Roma, Editori riuniti, 1981.

Bachtin, M., 1924-1941, *Estetica e Romanzo*, Torino, Einaudi, 1979.

Barthes, R., 1957, *Miti d'oggi*, Torino, Einaudi, 1974.

Barthes, R., 1970, *La retorica antica*, Milano, Bompiani, 1972.

Barthes, R., 1980, *La camera chiara. Nota sulla fotografia*, Torino, Einaudi, 1980.

Bataille, G., 1967, *La parte maledetta*, Bertani, 1972.

Bateson, G., 1979, *Mente e natura*, Milano, Adelphi, 1984.

Baudelaire, C., 1863, "*Il pittore della vita moderna*", in *Poesie e prose*, Milano, Mondadori, 1973.

Baudrillard, J., 1970, *La società dei consumi*, Bologna, il Mulino, 1976.
Baudrillard, J., 1976, *Lo scambio simbolico e la morte*, Milano, Feltrinelli, 1979.
Baudrillard, J., 1979, *Della seduzione*, Bologna, Cappelli, 1980.
Baudrillard, J., 1990, *La trasparenza del male*, Milano, SugarCo, 1991.
Baudrillard, J., 1994, *Il delitto perfetto*, Milano, Raffaello Cortina, 1996.
Bauman, Z., 1982, *Modernità e olocausto*, Bologna, il Mulino, 1992.
Becchi, E., Julia, D., 1996, *Storia dell'infanzia 2. Dal Settecento a oggi*, Roma-Bari, Laterza.
Beck, U., 1986, *La società del rischio. Verso una seconda modernità*, Roma, Carocci, 2000.
Beck, U., 1999, *La società globale del rischio*, Trieste, Asterios, 2001.
Behm, J., 1942, "*Metamorfòo*", in G. Kittel, G. Friedrich, a cura, *Grande Lessico del Nuovo Testamento*, vol. VII, Brescia, Paideia, 1971.
Bell, D., 1973, *The Coming of Post-Industrial Society*, New York, Basic Books.
Benjamin, W., 1936, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Torino, Einaudi, 1966.
Benjamin, W., 1955, *Angelus novus. Saggi e frammenti*, Torino, Einaudi, 1995.
Benjamin, W., 1966, *Sul concetto di storia*, Torino, Einaudi, 1997.
Benjamin, W., 1982, *Parigi Capitale del XIX secolo,* Torino, Einaudi, 1986.
Benveniste, É., 1966 e 1974, *Problemi di linguistica generale vol. I e II*, Milano, il Saggiatore, 1971 e 1985.
Berardi, F., 2001, *La fabbrica dell'infelicità. New economy e movimento del cognitariato*, Roma, DeriveApprodi.
Berger, P. L., Luckmann, T., 1966, *La realtà come costruzione sociale*, Bologna, il Mulino, 1969.
Berman, M., 1982, *L'esperienza della modernità*, Bologna, il Mulino, 1985.
Bettini, M., 1992, *Il ritratto dell'amante*, Torino, Einaudi.
Binotto, M., 2000, *Pestilenze. Dall'Aids alle reti di comunicazione: virus e contaminazione come metafora del nostro tempo*, Roma, Castelvecchi.

Blondiaux, L., 1998, *La fabrique de l'opinion*, Paris, Seuil.
Bloom, H., 1994, *Il canone occidentale*, Milano, Bompiani, 1996.
Blumenberg, H., 1979, *Naufragio con spettatore. Paradigma di una metafora dell'esistenza*, Bologna, il Mulino, 1985.
Boatto, A., 1981, *Lo sguardo da fuori*, Bologna, Cappelli.
Bodei, R., 1984, *Presentazione*, in K. Rosenkranz 1853, *Estetica del brutto*, Bologna, il Mulino.
Bodei, R., 1995, *Le forme del bello*, Bologna, il Mulino.
Boltanski, L., 1993, *Lo spettacolo del dolore*, Milano, Raffaello Cortina, 2000.
Bolter, D. J., 1984, *L'uomo di Turing. La cultura occidentale nell'era del computer*, Parma, Pratiche, 1985.
Borsari, 1999, "*Postfazione*", in W. Schivelbusch 1980.
Bourdieu, P., 1974, *L'opinione pubblica non esiste*, «Quaderni dell'informazione», n. 1, Bologna, il Mulino, 1976.
Bourdieu, P., 1979, *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Bologna, il Mulino, 1983.
Brancato, S., 2000, *Sociologie dell'immaginario. Forme del fantastico e industria culturale*, Roma, Carocci.
Braudel, F., 1979, *Civiltà materiale, economia e capitalismo (secoli XV-XVII). Volume III: I tempi del mondo*, Torino, Einaudi, 1982.
Broch, H., 1975, *Il kitsch*, Torino, Einaudi, 1990.
Bucholtz, M., 2001, "*Genere/Gender*", in A. Duranti, a cura, 2001.
Burke, E., 1759, *Inchiesta sul bello e il sublime*, Palermo, Aesthetica, 1985.
Cacciari, M., 1973, *Metropolis. Saggi sulla grande città di Sombart, Endell, Scheffler e Simmel*, Roma, Officina Edizioni.
Cage, J., 1961 e 1968, Silenzio: antologia da Silence e A year from Monday, Feltrinelli, Milano, 1971.
Caillois, R., 1958, *I giochi e gli uomini*, Milano, Bompiani, 1981.
Calabrese, O., 1987, *L'età neobarocca*, Roma-Bari, Laterza.
Calvino, I., 1984, *Collezione di sabbia*, Milano, Mondadori.
Caramiello, L., 1987, *Il Medium nucleare*, Roma, Edizioni Lavoro.
Caramiello, L., 1996, *La natura tecnologica*, Curto.
Caramiello, L., 1998, *L'ambiente della comunicazione*, «Sociologia e ricerca Sociale», n. 57, Milano, Franco Angeli.
Cardona, G. R., 1985, *I sei lati del mondo*, Bari, Laterza.
Carey, J., 1983a, "*Mass Communication and Cultural Studies*", in *Communication as Culture*, New York-London, Routledge, 1989.

Carey, J., 1983b, "*Technology and Ideology: The Case of the Telegraph*", in *Communication as Culture*, New York-London, Routledge, 1989.
Carmagnola, F., 2001, *Vezzi insulsi e frammenti di storia universale. Tendenze estetiche nell'economia del simbolico*, Roma, Luca Sossella Editore.
Caronia, A., 2002, *Il cyborg. Saggio sull'uomo artificiale*, Milano, Shake.
Castells, M., 1996, *La nascita della società in rete*, Milano, Università Bocconi editore, 2002.
Castells, M., 2001, *Galassia Internet*, Milano, Feltrinelli, 2002.
Chevalier, L., 1958, *Classi lavoratrici e classi pericolose. Parigi nella rivoluzione industriale*, Bari, Laterza, 1976.
Codeluppi, V., 1989, *Consumo e comunicazione. Merci, messaggi e pubblicità nelle società contemporanee*, Milano, Franco Angeli.
Colaiacomo, P., 1999, *Tutto questo è Beautiful. Forme narrative della fine millennio*, Roma, Luca Sossella Editore.
Colaiacomo, P., 2002, "*Introduzione*", in P. Colaiacomo, V. C. Caratozzolo, a cura, *Mercanti di stile. Le culture della moda dagli anni '20 a oggi*, Roma, Editori Riuniti.
Colombo, F., 1986, *Gli archivi imperfetti*, Milano, Vita e pensiero.
Colombo, F., 1998, La *cultura sottile, Media e industria culturale in Italia dall'ottocento agli anni novanta*, Milano, Bompiani.
Colombo, F., 2001, *Il piccolo libro del telefono. Una vita al cellulare*, Milano, Bompiani.
Costa, A., a cura, 1983, *La meccanica del visibile. Il cinema delle origini in Europa*, Firenze, La Casa Usher.
Costa, M., 1982, *Le immagini, la folla e il resto*, Napoli, Edizioni Scientifiche Italiane.
Costa, M., 1998, *Il sublime tecnologico*, Roma, Castelvecchi.
Cristante, S., 1999, *Potere e comunicazione. Sociologie dell'opinione pubblica*, Napoli, Liguori.
Cristante, S., 2001, *Azzardo e conflitto*, Lecce, Manni editore.
Culler, J., 1982, *Sulla decostruzione*, Milano, Bompiani, 1988.
Davis, E., 1998, *Techgnosis. Miti, magia e misticismo nell'era dell'informazione*, Napoli, Ipermedium, 2001.
Dawkins, R., 1976, *Il gene egoista*, Milano, Mondadori, 1989.
de Beauvoir, S., 1949, *Il secondo sesso*, Milano, il Saggiatore, 1961.
Debord, G., 1967, *La società dello spettacolo*, Bari, De Donato, 1990.

Debray, R., 1992, *Vita e morte dell'immagine*, Milano, Il Castoro, 1999.
Debray, R., 1991, *Cours de médiologie générale*, Paris, Gallimard.
de Certeau, M., 1980, *L'invenzione del quotidiano*, Roma, Edizioni Lavoro, 2001.
de Gournay, C., 1994, *En attendant les nomades. Téléphonie mobile et modes de vie*, «Réseaux», n. 65.
de Kerckhove, D., 1990, *La civilizzazione videocristiana*, Milano, Feltrinelli, 1995.
de Kerckhove, D., 1991, *Brainframes. Mente, tecnologia, mercato*, Bologna, Baskerville, 1993.
de Kerckhove, D., 2001, *L'architettura dell'intelligenza*, Torino, Testo & immagine, 2001.
Deleuze, G., Guattari, F., 1976, *Rizoma*, Parma-Lucca, Pratiche editrice, 1977.
De Luca, M. N., 1996, *Le tribù dell'ecstasy*, Roma-Napoli, Theoria.
De Luna, G., 2001, *La passione e la ragione*, Milano, La Nuova Italia.
De Maria, C., 2000, "*Identità, soggettività e genere*", in U. Volli, *Manuale di semiotica*, Roma-Bari, Laterza.
DeNora, T., 2000, *Music in Everyday Life*, Cambridge, Cambridge University Press.
Dery, M., 1996, *Velocità di fuga. Cyberculture a fine millennio*, Milano, Feltrinelli, 1997.
Devoto, G., Oli, G., 1971, *Dizionario della lingua italiana*, Firenze, Le Monnier.
Diamond, J., 1997, *Armi, acciaio e malattie*, Torino, Einaudi, 1998.
Dorfles, G, a cura, 1968, *Kitsch. Antologia del cattivo gusto*, Milano, Mazzotta.
Douglas, M., Isherwood, B., 1979, *Il mondo delle cose. Oggetti, valori, consumo*, Bologna, il Mulino, 1984.
Douglas, M., Wildawsky, A., 1982, *Risk and Culture*, Berkeley, University Press.
Dubois, C.-G., 1998, "*Image, signe, symbole*", in AA.VV., *Introduction aux méthodologies de l'imaginaire*, Parigi, Ellipses.
Durand, G., 1960, *Le strutture antropologiche dell'immaginario. Introduzione all'archetipologia generale*, Bari, Dedalo, 1972.
Durand, G., 1964, *L'imagination symbolique*, Paris, PUF, 1984.
Durand, G., 1994, *L'imaginaire. Essai sur les sciences et la philosophie de l'image*, Paris, Hatier.

Durand, G., 1996, *Introduction à la mythodologie. Mythes et société*, Paris, Le Livre de Poche.
Duranti, A., a cura, 2001, *Culture e discorso. Un lessico per le scienze umane*, Roma, Meltemi.
Durkheim, E., 1893, *La divisione del lavoro sociale*, Milano, Edizioni di Comunità, 1971.
Durkheim, E., 1897, *Il suicidio*, Milano, Rizzoli, 1987.
Durkheim, E., 1912, *Le forme elementari della vita religiosa*, Milano, Edizioni di Comunità, 1971.
Eco, U., 1964, *Apocalittici e integrati*, Milano, Bompiani.
Eco, U., 1975, *Trattato di Semiotica Generale*, Milano, Bompiani.
Ehrmann, J., 1979, "*L'uomo in gioco*", in AA.VV., *Il gioco nella cultura moderna*, Roma, Lerici.
Eisenberg, E., 1987, *L'angelo con il fonografo. Musica, dischi e cultura da Aristotele a Zappa*, Torino, Instar Libri.
Eisenstein, E. L., 1983, *Le rivoluzioni del libro. L'invenzione della stampa e la nascita dell'età moderna*, Bologna, il Mulino, 1995.
Ejzenstein, S. M., 1941, *Le metamorfosi di Walt Disney*, «Filmcritica», n. 359-60, nov. dic. 1985, pp. 531-57.
Eliade, M., 1949, *Il mito dell'eterno ritorno*, Roma, Borla, 1968.
Elias, N., 1969, *Il processo di civilizzazione*, Bologna, il Mulino, 1988.
Ellmann, M., 1968, *Thinking about Women*, New York, Harcourt Brace.
Engels, F., 1845, *La situazione della classe operaia in Inghilterra*, Roma, Editori Riuniti, 1972.
Fabbri, F., 1996, *Il suono in cui viviamo*, Milano, Feltrinelli.
Fabbri, P., 1998, *La svolta semiotica*, Roma-Bari, Laterza.
Fabbri, P., 2002, "*Due parole sul trasporre*", in N. Dusi e S. Nergaard, a cura, gennaio-dicembre 2000, *Sulla traduzione intersemiotica*, «Versus. Rivista di studi semiotici» nn. 86-87, Milano, Bompiani.
Fagone, V., 1990, *L'immagine video*, Milano, Feltrinelli.
Fattori, A., 2001, *Memorie dal futuro. Spazio, tempo e identità nella science fiction*, Napoli, Ipermedium.
Ferrarotti, F., 2001, *La società e l'utopia*, Roma, Donzelli.
Fink, E., 1960, *Il gioco come simbolo del mondo*, Firenze, Hopefulmonster, 1991.
Fiorentino, G., 2000, *Il bambino nella rete. Dalla lavagna al computer*, Venezia, Marsilio.
Flichy, P., 1991, *Storia della comunicazione moderna. Sfera pubblica e dimensione privata*, Bologna, Baskerville, 1994.

Forgacs, D., 1990, *L'industrializzazione della cultura italiana 1880-1990*, Bologna, il Mulino, 1992.
Foucault, M., 1983, "*Perché studiare il potere: la questione del soggetto*", in P. Dalla Vigna, a cura, 1994, *Poteri e strategie. L'assoggettamento dei corpi e l'elemento sfuggente*, Milano, Mimesis.
Foucault, M., 1994, *Biopolitica e liberalismo. Detti e scritti su potere ed etica 1975-1984*, Milano, Edizioni Medusa, 2001.
Freedberg, D., 1989, *Il potere delle immagini,* Milano, Il Castoro, 1993.
Freiberger, P., Swaine, M., 1984, *Silicon Valley. Storia e successo del personal computer*, Padova, Muzzio, 1988.
Freud, S., 1915, "*Metapsicologia*", in *Opere*, Torino, Boringhieri, 1984.
Freud, S., 1921, "*Psicologia delle masse e analisi dell'io*", in *Opere*, Torino, Boringhieri, 1980 vol. 9.
Freud, S., 1929, *Il disagio della civiltà*, ESM, 1949.
Freud, S., 1934-38, "*L'uomo Mosé e la religione monoteistica*", in *Opere*, Torino, Boringhieri, 1967-80.
Freund, G., 1936, *Fotografia e società*, Torino, Einaudi, 1976.
Frezza, G., 1978, *L'immagine innocente*, Roma, Napoleone.
Frezza, G., 1987, *La scrittura malinconica. Sceneggiatura e serialità nel fumetto italiano*, Firenze, La Nuova Italia.
Frezza, G., 1995, *La macchina del mito. Tra film e fumetti*, Firenze, La Nuova Italia.
Friedmann, G., 1946, *Problemi umani del macchinismo industriale*, Torino, Einaudi, 1971.
Frith, S., 1996, *Performing Rites*, Cambridge, Harvard University Press.
Gadamer, H. G., 1965^2, *Verità e metodo*, Milano, Bompiani, 1983^2.
Galimberti, U., 1983, *Il corpo*, Milano, Feltrinelli, 1994.
Geninasca, J., 1997, *La parola letteraria*, Milano, Bompiani, 2000.
Giardina, A., 2000, a cura, *Roma antica*, Bari, Laterza.
Gibson, J., 1979, *The Ecological Approach to Visual Perception*, Boston, Houghton Mifflin.
Giddens, A., 1990, *Le conseguenze della modernità. Fiducia e rischio, sicurezza e pericolo*, Bologna, il Mulino, 1994.
Gilroy, P., 1993, *The Black Atlantic. Identità nera fra modernità e doppia coscienza*, Roma, Meltemi, 2003.

Ginzburg, C., 2000, *Rapporti di forza. Storia, retorica, prova*, Milano, Feltrinelli.
Giovannini, F., 1992, *Cyberpunk e splatterpunk*, Roma, Datanews.
Giovannoli, R., 1991, *La scienza della fantascienza*, Milano, Bompiani.
Girard, R., 1975, *Il capro espiatorio*, Milano, Adelphi, 1986.
Gramsci, A., 1934, "*Americanismo e fordismo*", in V. Gerretana, a cura, *Quaderni dal carcere*, Torino, Einaudi, 1975.
Grandi, R., a cura, 1995, *Il pensiero e la radio. Cento anni di radio: una antologia di scritti classici*, Milano, Lupetti.
Greimas, A.-J., 1968, "*Per una semiotica del mondo naturale*", in *Del senso*, Milano, Bompiani, 1996.
Greimas, A.-J., 1983, *Del senso 2. Narrativa, modalità, passioni*, Milano, Bompiani, 1998.
Greimas, A.-J., Courtés, J., 1979, *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Firenze, La Casa Husher, 1986.
Greimas, A., J., Fontanille, J., 1991, *Semiotica delle passioni. Dagli stati di cose agli stati d'animo*, Milano, Bompiani, 1996.
Guarducci, M., 1987, *L'epigrafia greca dalle origini al tardo impero*, Roma, Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato.
Habermas, J., 1962, *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Bari, Laterza, 2000.
Habermas, J., 1981, *Teoria dell'agire comunicativo*, Bologna, il Mulino, 1997, 2 voll.
Hakim Bey, 1985, *T. A. Z.*, Milano, Shake.
Hall, K., 2001, "*Performatività/Performativity*", in A. Duranti, a cura, 2001.
Haraway, D. J., 1991, *Manifesto Cyborg. Donne, tecnologie e biopolitiche del corpo*, Milano, Feltrinelli, 1999.
Haraway, D. J., 1997, *Testimone_Modesta@Female Man©_incontra_OncoTopo™. Femminismo e tecnoscienza*, Milano, Feltrinelli, 2000.
Harris, M., 1984, *Buono da mangiare*, Torino, Einaudi, 1990.
Harvey, D., 1990, *La crisi della modernità*, Milano, il Saggiatore, 1993.
Hebdige, D., 1979, *Sottoculture. Il fascino di uno stile innaturale*, Genova, Costa&Nolan, 1997.
Hegel, G. W. F., 1836-38, *Estetica*, Torino, Einaudi, 1997.
Heidegger, M., 1927, *Essere e tempo*, Milano, Longanesi & C., 1976.

Heims, S. J., 1991, *I cibernetici. Un gruppo e un'idea*, Roma, Editori Riuniti, 1994.

Herz, J. C., 1995, *I surfisti di Internet*, Milano, Feltrinelli, 1995.

Himanen, P., 2001, *L'etica Hacker e lo spirito dell'età dell'informazione*, Milano, Feltrinelli, 2001.

Holmes, O. W., 1859, "*Lo stereoscopio e la stereografia*", in G. Fiorentino, a cura, *Il mondo fatto immagine, origine fotografica del virtuale*, Genova, Costa & Nolan, 1995.

Horkheimer, M., Adorno, T. W., 1947, *Dialettica dell'illuminismo*, Torino, Einaudi, 1966.

Huizinga, J., 1952, *Homo ludens*, Torino, Einaudi, 1973.

Irigaray, L., 1974, *Speculum. L'altra donna*, Milano, Feltrinelli, 1975.

Jakobson, R., 1963, *Saggi di linguistica generale*, Milano, Feltrinelli, 1966.

Jonas, H., 1979, *Il principio responsabilità. Un'etica per la civiltà tecnologica*, Torino, Einaudi, 1990.

Jones, S., 1992, *Rock Formation. Music, technology and mass communication*, London, Sage.

Kantorowicz, E. H., 1957, *I due corpi del re. L'idea di regalità nella teologia politica medievale*, Torino, Einaudi, 1989.

Kassabian, A., 2001, "*L'ascolto ubiquo*", in F. D'Amato, a cura, *Sound Tracks. Tracce, convergenze e scenari degli studi musicali*, Roma, Meltemi.

Kaysing, B., 1987, *Non siamo mai andati sulla Luna*, Cult Media Net, 1997.

Kelly, K., 1994, *Out of control*, Reading (Mass.), Perseus Books.

Kern, S., 1983, *Il tempo e lo spazio. La percezione del mondo tra Otto e Novecento*, Bologna, il Mulino, 1988.

Krauss, R., 1990, *Teoria e storia della fotografia*, Milano, Bruno Mondadori, 1996.

La Cecla, F., a cura, 1996, *Perfetti e invisibili. L'immagine dei bimbi tra manipolazione e realtà*, Milano, Skira.

Landowski, E., 1989, *La società riflessa*, Roma, Meltemi, 1999.

Landowsky, E., Marrone, G., a cura, 2002, *La società degli oggetti*, Roma, Meltemi.

Lash, S., 1999, "*Risk Culture*", in B. Adam, U. Beck, J. Wan Loon, a cura, *Repositioning Risk*, London, Sage.

Latour, B., 1991, *Non siamo mai stati moderni. Saggio di antropologia simmetrica*, Milano, Elèuthera, 1995.

Le Bon, G., 1895, *Psicologia delle folle*, Milano, Editrice Antonioli, 1946.

Leed, E. J., 1991, *La mente del viaggiatore*, Bologna, il Mulino, 1992.
Leroi-Gourhan, A., 1964-1965, *Il gesto e la parola*, Torino, Einaudi, 1977.
Lévy, P., 1994, *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Milano, Feltrinelli, 1998.
Lévy, P., 1995, *Il virtuale*, Milano, Raffaello Cortina Editore, 1997.
Levy, S., 1994, *Hackers. Gli eroi della rivoluzione informatica*, Milano, Shake, 1996.
Lindblom, C., 1965, *The Intelligence of democracy*, London, Collier-McMillan.
Lindblom, C., 1968, *The decision making process*, Prentice Hall, Englewood-Cliffs.
Lipovetsky, G., 1987, *L'impero dell'effimero*, Milano, Garzanti, 1989.
Lippmann, W., 1922, *Opinione pubblica*, Roma, Donzelli, 1995.
Lohr, S., 2001, *Go To*, New York, Basic Books.
Lotman, J. M., 1998, *Il girotondo delle muse. Saggi sulla semiotica delle arti e della rappresentazione*, Bergamo, Moretti & Vitali.
Lovinck, G., 2002, *Dark Fiber*, Roma, Luca Sossella editore.
Luhmann, N., 1970-1975, *Illuminismo sociologico*, Milano, il Saggiatore, 1983.
Luhmann, N., 1981, *Come è possibile l'ordine sociale*, Bari, Laterza, 1985.
Luhmann, N., 1993, *Sociologia del rischio*, Milano, Bruno Mondadori, 1996.
Lukács, G., 1920, *Teoria del romanzo*, Milano, SE, 1999.
Lyon, D., 1988, *La società dell'informazione*, Bologna, il Mulino, 1991.
Lyotard, J.-F., 1979, *La condizione postmoderna*, Milano, Feltrinelli, 1981.
Lyotard, J.-F., 1986, *L'entusiasmo: la critica kantiana della storia*, Milano, Guerini, 1989.
Maffesoli, M., 1979, *La conquista del presente*, Roma, Janua, 1983.
Maffesoli, M., 1990, *Nel vuoto delle apparenze*, Milano, Garzanti, 1993.
Maffesoli, M., 1993, *La contemplation du monde*, Parigi, Le Livre de Poche, 1996.
Maldonado, T., 1992, *Reale e virtuale*, Milano, Feltrinelli.
Manovich, L., 2001, *Il linguaggio dei nuovi media*, Milano, Olivares, 2002.

Mantoux, P., 1905, *La rivoluzione industriale. Saggio sulle origini della grande industria moderna in Inghilterra*, Roma, Editori Riuniti, 1971.

Maragliano, R., 1996, *Esseri multimediali. Immagini del bambino di fine millennio*, Firenze, La Nuova Italia.

Marcuse, H., 1937, "*Sul carattere affermativo della cultura*", in *Cultura e società. Saggi di teoria critica 1933-1965*, Torino, Einaudi, 1969.

Marrone, G., 1999, *C'era una volta il telefonino*, Roma, Meltemi.

Marx, K., 1857-58, *Lineamenti fondamentali della critica dell'economia politica*, Firenze, La Nuova Italia, 1970.

Marx, K., Engels, F., 1848, *Manifesto del Partito Comunista,* Torino, Einaudi, 1998.

Mattelart, A., 1991, *La comunicazione mondo*, Milano, il Saggiatore, 1994.

Mattelart, A., 1994, *L'invenzione della comunicazione*, Milano, il Saggiatore, 1998.

Mauss, M., 1936, "*Le tecniche del corpo*", in *Teoria generale della magia*, Torino, Einaudi, 1991.

Mayer, A., 1988, *Soluzione finale*, Milano, Mondadori, 1990.

McLuhan, M., 1964, *Gli strumenti del comunicare*, Milano, il Saggiatore, 1997.

McLuhan, M., 1966, *Gli strumenti del comunicare*, Milano, Garzanti, 1968.

McLuhan, M., McLuhan, E., 1970, *La legge dei media. La nuova scienza*, Roma, Edizioni Lavoro, 1994.

Merleau-Ponty, M., 1945, *Fenomenologia della percezione*, Milano, il Saggiatore, 1965.

Merleau-Ponty, M., 1964, *Il visibile e l'invisibile*, Milano, Bompiani, 1999.

Meyrowitz, J., 1985, *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale*, Bologna, Baskerville, 1993.

Millet, K., 1970, *Sexual Politics*, New York, Doubleday.

Milner, M., 1982, *La fantasmagoria. Saggio sull'ottica fantastica*, Bologna, il Mulino, 1989.

Minganti, F., 1997, *Modulazioni di frequenza. L'immaginario radiofonico tra letteratura e cinema*, Udine, Campanotto Editore.

Moles, A., 1967, *Sociodinamica della cultura*, Bologna, Guaraldi, 1971.

Moles, A., 1971, *Il kitsch. L'arte della felicità*, Roma, Officina Ed.

Morcellini, M., 1986, *Lo spettacolo del consumo. Televisione e cultura di massa nella legittimazione sociale*, Milano, Franco Angeli.
Moretti, F., 1993, "*La letteratura europea*", in *Storia d'Europa. I: L'Europa oggi*, Torino, Einaudi.
Moretti, F., 1994, *Opere mondo. Saggio sulla forma epica dal Faust a Cent'anni di solitudine*, Torino, Einaudi.
Morin, E., 1962, *L'industria culturale. Saggio sulla cultura di massa*, Bologna, il Mulino, 1963; ora 2002, *Lo spirito del tempo*, Roma, Meltemi.
Morin, E., 1973, *Il paradigma perduto. Che cos'è la natura umana*, Milano, Feltrinelli, 2001.
Mumford, L., 1934, *Tecnica e cultura*, Milano, il Saggiatore, 1962.
Mumford, L., 1967, *Il mito della macchina*, Milano, il Saggiatore, 1969.
Nancy, J.-L., 1992, *Corpus*, Napoli, Cronopio, 1995.
Nielsen, J., 1999, *Web usability*, Milano, Apogeo, 2000.
Nietzsche, F., 1892, *Così parlò Zarathustra,* Milano, Adelphi, 1976.
Noelle-Neumann, E., 1984, *L'opinione pubblica. La nostra pelle sociale*, Roma, Meltemi, 2002.
Norman, D. A., 1988, *La caffettiera del masochista*, Giunti, 1997.
Ong, W. J., 1982, *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*, Bologna, il Mulino, 1986.
Onofri, M., 2001, *Il canone letterario*, Roma-Bari, Laterza.
Paccagnella, L., 2000, *La comunicazione al computer*, Bologna, il Mulino.
Paicheler, H., 1989, "*L'epistemologia del senso comune*", in S. Moscovici, a cura, *Psicologia sociale*, Roma, Edizioni Borla.
Palumbo, M. L., 2001a, *Nuovi ventri. Corpi elettronici e disordini architettonici*, Torino, Testo & Immagine.
Palumbo, M. L., 2001b, "*Inhabiting Media"* in de Kerckhove, *L'architettura dell'intelligenza*, Torino, Testo & Immagine.
Panofsky, E., 1947, "*Stile e tecnica del cinema*", in *Tre saggi sullo stile. Il barocco, il cinema, la Rolls-Royce*, Milano, Electa, 1996.
Parsons, T., 1971, *Sistemi di società. Le società moderne*, Bologna, il Mulino, 1973.
Perniola, M., 1994, *Il sex appeal dell'inorganico*, Torino, Einaudi.
Pezzini, I., 1998, *Le passioni del lettore*, Milano, Bompiani.
Piccone Stella, S., Saraceno, C., a cura, 1996, *Genere. La costruzione sociale del femminile e del maschile*, Bologna, il Mulino.

Pigeaud, J., 1988, "*Présentation*" in Aristotele, "*Problemata XXX,1*", in *L'Homme de génie et la Mélancolie*, Paris, Éditions Rivages.
Piore, M. J., Sabel, C. F., 1984, *Le due vie dello sviluppo industriale*, Torino, Isedi, 1987.
Plessner, H., 1941, *Il riso e il pianto. Una ricerca sui limiti del comportamento umano*, Milano, Bompiani, 2000.
Popper, K., 1994, *Cattiva maestra televisione*, Roma, Donzelli.
Prestinenza Puglisi, L., 1998, *HyperArchitettura. Spazi nell'età dell'elettronica*, Torino, Testo&immagine.
Propp, V. Ja., 1928, *Morfologia della fiaba*, Torino, Einaudi, 1966.
Rella, F., 2000, *Ai confini del corpo*, Milano, Feltrinelli.
Resta, E., 1998, *L'infanzia ferita*, Roma-Bari, Laterza.
Rheingold, H., 1993, *Comunità virtuali*, Milano, Sperling & Kupfer, 1994.
Rheingold, H., 2002, *Smart Mobs. The Next Social Revolution*, Cambridge (Mass.), Perseus Book.
Richter, D., 1987, *Il bambino estraneo. La nascita dell'immagine dell'infanzia nel mondo borghese*, Firenze, La Nuova Italia, 1992.
Ricoeur, P., 1985, *Tempo e racconto. Volume III. Il tempo raccontato*, Milano, Jaca Book, 1994.
Robins, K., 1996, *Oltre l'immagine*, Genova, Costa & Nolan, 1999.
Rodotà, S., 1997, *Tecnopolitica. La democrazia e le nuove tecnologie della comunicazione*, Bari, Laterza.
Rondolino, G., 1974, *Storia del cinema d'animazione*, Torino, Einaudi.
Rosenkranz, K., 1853, *Estetica del brutto*, Bologna, il Mulino, 1984.
Rusconi, G. E., 1993, *Se cessiamo di essere una nazione*, Bologna, il Mulino.
Sartori, G., 1997, *Homo videns*, Roma-Bari, Laterza.
Scarry, E., 1985, *La sofferenza del corpo: la distribuzione e la costruzione del mondo*, Bologna, il Mulino, 1990.
Scelsi, R., a cura, 1991, *Cyberpunk. Antologia*, Milano, Shake.
Schivelbusch, W., 1977, *Storia dei viaggi in ferrovia*, Bologna, il Mulino, 1988.
Schivelbusch, W., 1983, *Luce. Storia dell'illuminazione artificiale nel secolo XIX*, Parma, Nuova Pratica Editrice, 1994.

Schivelbusch, W., 1980, *Storia dei generi voluttuari*, Milano, Bruno Mondadori, 1999.
Sekula, A., 1986, *Il corpo e l'archivio*, «Il Corpo», n. 6/7, 1996/97.
Semeraro, A., 2002, *Altre aurore. La metacomunicazione nei contesti di relazione*, Lecce, I Liberrimi.
Semprini, A., a cura, 1999, *Il senso delle cose*, Roma, Franco Angeli.
Sennett, R., 1990, *La coscienza dell'occhio. Progetto e vita sociale nella città*, Milano, Feltrinelli, 1992.
Sertoli, G., 1985, "*Presentazione*", in E. Burke, 1759.
Shils, E., 1969, "*La società di massa e la sua cultura*", in AA. VV., *L'industria della cultura*, Milano, Bompiani.
Shiva, V., Mies, M., 1991, *Ecofeminism*, London, Zed Books.
Shneiderman, B., 1992, *Designing the user interface*, Menlo Park, CA, Addison Wesley Longman, 1998.
Silverstone, R., 1994, *Televisione e vita quotidiana*, Bologna, il Mulino, 2000.
Simmel, G., 1895, *La moda*, Roma, Editori Riuniti, 1985.
Simmel, G., 1903, *La metropoli e la vita dello spirito*, Roma, Armando, 1995.
Simmel, G., 1908, *Sociologia*, Torino, Edizioni di Comunità, 1998.
Simmel, G., 1911, *La Rovina*, «Rivista di Estetica», n. 8, 1981.
Sklovskij, V., 1925, *Teoria della prosa*, Torino, Einaudi, 1976.
Smith, A. E., 1989, *Pianeta Marte*, Padova, Muzzio, 1992.
Sombart, W., 1913, *Lusso e capitalismo*, Parma, All'insegna del veltro, 1988.
Sombart, W., 1919, *Il capitalismo moderno*, Torino, Utet, 1967.
Sontag, S., 1973, *Sulla fotografia*, Torino, Einaudi, 1974.
Sontag, S., 1977, *Malattia come metafora. Il cancro e la sua mitologia*, Einaudi, Torino, 1979.
Speroni, F., 2002, *La rovina in scena*, Roma, Meltemi.
Standage, T., 1998, *The Victorian Internet*, New York, Walker and Company.
Starobinski, J., 1960, *Storia del trattamento della malinconia dalle origini al 1900*, Milano, Guerini e Associati, 1990.
Sterling, B., 1992, *Giro di vite contro gli hacker*, Milano, Shake, 1993.
Sternberger, D., 1974, *Panorama del XIX secolo*, Bologna, il Mulino, 1985.

Taft, R., 1938, *Photography and the American Scene, a social history, 1839-1889*, New York, Macmillan.
Terragni, F., 2001, "*Biotecnologie*", in A. Zanini, U. Fadini, a cura, 2001, *Lessico postfordista. Dizionario di idee della mutazione*, Milano, Feltrinelli.
Thuerlemann, F., 1991, "*Il Compianto di Mantegna della Pinacoteca di Brera o: il quadro fa l'osservatore*", in L. Corrain, M. Valenti, a cura, *Leggere l'opera d'arte*, Bologna, Esculapio.
Tocqueville, A. de, 1835-40, *La democrazia in America*, Milano, Rizzoli, 1982.
Todorov, T., 1978, "*L'origine dei generi*", in P. Fabbri, G. Marrone, a cura, *Semiotica in nuce. Volume II: Teoria del discorso*, Roma, Meltemi, 2001.
Todorov, T., 1984, *La conquista dell'america*, Einaudi.
Todorov, T., 1991, *Di fronte all'estremo. Lager e gulag*, Milano, Garzanti, 1992.
Toffler, A., 1981, *La terza ondata*, Milano, Sperling & Kupfer, 1987.
Tomlinson, J., 1999, *Sentirsi a casa nel mondo. La cultura come bene globale*, Milano, Feltrinelli, 2001.
Tönnies, F., 1887, *Comunità e società*, Edizioni di Comunità, 1963.
Tronti, M, 1966, *Operai e capitale*, Torino, Einaudi.
Turkle, S., 1993, *La vita sullo schermo. Nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di Internet*, Milano, Apogeo, 1997.
Turner, V., 1982, *Dal rito al teatro*, Bologna, il Mulino, 1986.
Turner, V., 1986, *Antropologia della performance*, Bologna, il Mulino, 1993.
Valeriani, L., 1999, *Dentro la Trasfigurazione. Il dispositivo dell'arte tra cibercultura e Vangelo*, Milano-Ancona, Costa & Nolan.
Vattimo, G., 1989, *La società trasparente*, Milano, Garzanti.
Vergine, L., 1996, *L'arte in trincea*, Milano, Skira.
Violi, P., 1986, *L'infinito singolare*, Roma, Bulzoni.
Violi, P., 1991, *Linguaggio, percezione, esperienza: il caso della spazialità*, «Versus», nn. 59/60, Bologna, Bompiani.
Virilio, P., 1984, *L'orizzonte Negativo*, Genova, Costa & Nolan, 1986.
Virno, P., 2002, *Grammatica della moltitudine. Per una analisi delle forme di vita contemporanee*, Roma, DeriveApprodi.
Vitta, M., 1996, *Il disegno delle cose*, Napoli, Liguori Editore.
Volli, U., 2000, *Manuale di semiotica*, Roma-Bari, Laterza.

Wallerstein, I., 1980, *Il sistema mondiale dell'economia moderna. Volume II: Il mercantilismo ed il consolidamento dell'economia-mondo europea 1600-1750*, Bologna, il Mulino, 1982.
Watzlawick, P., 1975, *La realtà della realtà. Comunicazione, disinformazione, confusione*, Roma, Astrolabio, 1976.
Weber, M., 1905, *L'etica protestante e lo spirito del capitalismo*, Sansoni, 1977.
Wiener, N., 1950, *Introduzione alla Cibernetica*, Torino, Boringhieri, 1966.
Williams, M. R., 1985, *Dall'abaco al calcolatore elettronico. L'entusiasmante avventura del computer*, Padova, Muzzio, 1989.
Williams, R., 1961, *Cultura e rivoluzione industriale. Inghilterra 1780-1950*, Torino, Einaudi, 1968.
Williams, R., 1974, *Televisione. Tecnologia e forma culturale*, Roma, Editori Riuniti, 2000.
Williams, R., 1989, *Resources of Hope: Culture, Democracy, Socialism*, London, Verso.
Willis, C., 1996, *Il fattore invisibile*, Milano, Mondadori, Urania, 1999.
Winner, L., 1977, *Autonomous Technology. Technics-out-of-Control as a Theme in Political Thought*, Cambridge (Mass.), MIT Press.
Wittgenstein, L., 1953, *Ricerche filosofiche*, Torino, Einaudi, 1999.
Wolley, B., 1992, *Mondi Virtuali*, Torino, Bollati Boringhieri, 1993.
Wunenburger, J.-J., 1998, "*Gaston Bachelard*", in AA.VV., *Introduction aux méthodologie de l'imaginaire*, Paris, Ellipses.
Zanini, P., 2002, *Significati del confine. I limiti naturali, storici, mentali*, Milano, Mondadori.
Zilberberg, C., 1993 (1982), "*Soglie, limiti e valori*", in P. Fabbri, G. Marrone, a cura, *Semiotica in nuce II*, Roma, Meltemi, 2001.

Stampato per conto della casa editrice Meltemi
nel mese di aprile 2004
presso Arti Grafiche La Moderna, Roma
Impaginazione: Studio Agostini

Cinema, computer, comunicazione politica, critica, cultura, famiglia, internet, ma anche dono, ombra, ozio, paura, pelle: questo lessico, che pure raccoglie più di 130 voci, alcune delle quali decisamente impreviste, "eccentriche", non ha pretesa enciclopedica o esaustiva, ma intende piuttosto proporsi al lettore come un laboratorio sperimentale, un primo approccio alla comunicazione. Non tanto alle scienze della comunicazione, quanto all'oggetto che esse trattano, non tanto ai mezzi di comunicazione, quanto piuttosto a ciò che essi comunicano. Due gli obiettivi di questo lavoro d'équipe: riuscire a focalizzare alcune delle cose che non si possono non sapere a proposito dell'origine, della natura e dello sviluppo dei media, e far funzionare i lemmi tanto come stimolo a letture di approfondimento quanto come dizionario cui di volta in volta ricorrere per comprendere quelle stesse letture o altre, persino relative a discipline diverse da quelle che si occupano strettamente di comunicazione. Un lessico così concepito si pone quindi come uno strumento utile per chi intenda riflettere sui media non solo in quanto oggetto della ricerca scientifica, ma in quanto parte del proprio ambiente di vita. Uno dei criteri di fondo nel compiere la scelta dei temi da affrontare è stato infatti proprio quello di partire da come noi stessi viviamo la comunicazione in quanto consumatori.
Parte integrante di quest'articolata rete di lemmi attenti a insistere su alcuni concetti chiave, sono la *Cronologia* e l'*Epilogo*, che rappresentano una sintesi dei principali temi trattati.

Alberto Abruzzese insegna Sociologia delle Comunicazioni di massa presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università "La Sapienza" di Roma. Tra le sue opere più note: *Forme estetiche e società di massa* (1973), *Lo splendore della TV* (1995), *Analfabeti di tutto il mondo uniamoci* (1996), *L'intelligenza del mondo* (2001).

In copertina: Joe Tilson, *A-Z; un dipinto con contributi*, particolare, 1963
Progetto grafico di Gianni Trozzi

www.meltemieditore.it

ISBN 88-8353-238-4

9 788883 532382

€ 40,00